

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

โครงการออกแบบปรับปรุงกราฟิก และบรรจุภัณฑ์
สำหรับผลิตภัณฑ์การถ่ายภาพ อิเล็กตรา
GRAPHIC & PACKAGING DESIGN FOR ELECTRA'S
PHOTOGRAPHIC PRODUCT



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาสถาปัตยกรรมศาสตรบัณฑิต

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2538

เลขที่.....
เลขทะเบียน..... 28697
วัน, เดือน, ปี..... 8 ต.ค. 2540

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ในวงกว้างใดๆ ทั้งสิ้น หากมีข้อสงสัย กรุณาแจ้งไปยังกองบรรณาธิการ และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า อนุมัติให้
วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาสถาปัตยกรรม
ศาสตรบัณฑิต

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษา

(อาจารย์ อรสา จิรวิญญู)

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์ โครงการออกแบบปรับปรุงการฟีก และบรรจุภัณฑ์สำหรับ
ผลิตภัณฑ์การถ่ายภาพ อิเล็กตรา
GRAPHIC & PACKAGING DESIGN FOR ELECTRA'S
PHOTOTGRAPHIC RROCUCT

ชื่อนักศึกษา นายสุทัศน์ อภิรัตน์แสงศรี รหัสนักศึกษา 35205324

ภาควิชา ศิลปอุตสาหกรรม

ปีการศึกษา 2539

ในปัจจุบันเป็นยุคที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยตัดสินใจซื้อสินค้าจากข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับมา และบรรจุภัณฑ์ถือเป็นสิ่งสำคัญ สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด เนื่องจากเป็นสิ่งที่เข้าถึงตัวผู้บริโภคโดยตรง จึงเป็น ปัจจุบันสำคัญในการส่งเสริมการจำหน่าย

ในตลาดของผลิตภัณฑ์การถ่ายภาพในประเทศไทยนั้น ELECTRA เป็น ผลิตภัณฑ์การถ่ายภาพคุณภาพสูงที่ผลิตโดยคนไทย ท่ามกลางคู่แข่งสำคัญหลายยี่ห้อ จากต่างประเทศไม่ว่าจะเป็น KODAK, HAKUBA, MARUMI ฯลฯ และการออกแบบ ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์นี้จะมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพพจน์ใหม่ให้ผู้บริโภค เกิดความ สนใจยอมรับ และเชื่อถือผลิตภัณฑ์ ELECTRA มากยิ่งขึ้น

การออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์นี้จึงต้องมีการศึกษาปัญหาของการ บรรจุภัณฑ์เดิม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัญหาด้านภาพพจน์ของสินค้า

- บรรจุภัณฑ์โดยรวมยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจ ขาดความสวยงามน่าเชื่อถือ และการแยกแยะประเภทชนิดสินค้าในชัดเจน ดูไม่โดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งอื่น
- ขาดความเป็น CORPORAT IDENTITY

2. ปัญหาด้านการบรรจุ

- ผลิตภัณฑ์ชุดทำความสะอาด และ ชุดเครื่องดูดฝุ่นมีความไม่สะดวกในการบรรจุ เนื่องจากวิธีการพับโครงสร้างกระดาษภายในเพื่อใช้เป็นตัวลีดที่ยุ่งยากเสียเวลา

3. ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก

- ช่องกระดาษเช็ดเลนส์มีโครงสร้างที่ไม่เหมาะสมในการใช้งาน คือ กระดาษมักเลื่อนตามกันออกมาขณะดึงแผ่นหนึ่ง แผ่นใด และกระจายไม่เป็นระเบียบ อีกทั้งยุ่งยากในการเก็บ
- ผลิตภัณฑ์ชุดทำความสะอาด และ ช่องเครื่องดูดฝุ่นมีตัวลีดอุปกรณ์ส่วนต่างๆ ที่ยุ่งยากในการใช้งานและจัดเก็บ

4. ปัญหาด้านการคุ้มครอง

- ช่องกระดาษเช็ดเลนส์ เป็นโครงสร้างที่อ่อน ในการจัดเก็บในกระเป๋าคล้องอาจจะทำให้กระดาษภายในและตัวช่องยับไม่สวยงาม
- ตัวลีดภายในบรรจุภัณฑ์ชุดทำความสะอาด และเครื่องดูดฝุ่น ทำหน้าที่ได้ไม่ดี มักมีชิ้นส่วนหลุดออกมา และอาจสูญหายได้
- บรรจุภัณฑ์ของกระเป๋าขนน้ำ และกระเป๋าถ่ายภาพได้นำมีหูที่ใช้แขวน 2 ทิศทาง หากแขวนผิดกล่องภายในอาจเลื้อยหลุดลงมาเสียหายได้

5. การสื่อความ

- ขาดการแยกแยะประเภท และชนิดสินค้าต่าง ๆ ให้ชัดเจน ดูเหมือนๆ กันหมด

จากการศึกษาปัญหาต่างๆ จึงต้องทำการวิเคราะห์หาข้อมูล เพื่อให้ได้แนวทางออกแบบที่เหมาะสม โดยมีการศึกษาด้านการตลาด รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม และผลิตภัณฑ์คู่แข่งเพื่อเปรียบเทียบ ข้อดี-ข้อเสีย, ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย, ศึกษาด้านกรรมวิธีการผลิตที่เหมาะสม โดยการศึกษาทั้งหมดจะเป็นส่วนที่เกี่ยวข้อง และมีผลต่อการออกแบบเท่านั้น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. การกำหนดเป้าหมาย

- กลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานกล่อง SLR จะมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชายมากกว่าหญิง อายุ 18 ปีขึ้นไป ฐานะตั้งแต่ B ขึ้นไป มีการศึกษา และมีการขยายกลุ่มเป้าหมายจากมือสมัครเล่นให้เกิดการยอมรับกลุ่มมืออาชีพเพิ่มมากขึ้นด้วย
- กลุ่มผลิตภัณฑ์กล่องคอมแพ็คและอุปกรณ์เสริม มีกลุ่มเป้าหมายคือชายและหญิงอายุ 12 ปีขึ้นไป ฐานะปานกลาง (C) ขึ้นไป เน้นกลุ่มวัยรุ่น และคนรุ่นใหม่ มี BRAND ROYALTY น้อยต่อคู่แข่งหลักในตลาด

2. แนวทางการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาด คู่แข่งชัด พฤติกรรมผู้บริโภค สามารถนำมากำหนดแนวทางการออกแบบได้ดังนี้

จากลักษณะของผลิตภัณฑ์ และข้อมูลต่างๆ ที่ได้ศึกษาวิเคราะห์ สามารถสรุปแนวทางการออกแบบได้ดังนี้คือ

- มีความทันสมัย สวยงาม น่าเชื่อถือ และโดดเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
- มีการแบ่งแยกประเภท กลุ่ม และชนิดของสินค้าชัดเจน ง่ายต่อการแยกแยะ และสอดคล้องกับทั้งกลุ่มเป้าหมาย และลักษณะของผลิตภัณฑ์
- โครงสร้างมีความเหมาะสมต่อการผลิต บรรจุ คุ้มครอง และอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
- ความเป็น CORPORATE INDEITY

3. การวิเคราะห์ด้านการผลิต เลือกใช้

- บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องแบบ FOLDING CARTON พิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ท ทั้งหมดเลือกใช้กระดาษ Duplex ชัดมัน 310 gram ได้แก่กล่อง และกล่อง DISPLAY ของกระดาษเช็ดเลนส์, กล่องชุดทำความสะอาดกล่องเครื่องดูฝุ่น, กล่อง DISPLAY ของสารดูความชื้น, กล่องกล่องคอมแพ็ค, กล่องกระเป๋าเครื่องดูฝุ่นกันน้ำ และ กล่องกระเป๋าถ่ายภาพได้น้ำ
 - ภาต THERMOFORM โดยใช้อะซิเตท โครงสร้างภายในกล่องชุดทำความสะอาด
- และ

- บรรจุภัณฑ์ประเภท BLISTER PACK สำหรับผลิตภัณฑ์ ลูกยางเป่าทำ ความสะอาด และผลิตภัณฑ์สายสะพาย โดยใช้กระดาษแข็งชนิดเคลือบแป้งสำหรับ ป้ายกระดาษด้านหลัง และ อะซิเตกสำหรับพลาสติกด้านหน้า
- พลาสติก HOPE ในการผลิตขวดน้ำยาเช็ดเลนส์ และน้ำยาเช็ดบอดี้ และใช้ HOPE การผลิตฝาด้วย
- ป้ายกระดาษDuplex ขัดมัน 310 gram สำหรับผลิตภัณฑ์กระดาษคาคาเดอ
- กล่องพลาสติก สำหรับผลิตภัณฑ์ FILTER โดย ฝาใสด้านหน้า เลือกใช้พลาสติก ACRYLIC และ PE สำหรับ ฝาด้านหลัง

4. การพัฒนาการออกแบบ

4.1 ด้านกราฟิก ออกแบบโดยใช้สไตล์ MODERN ซึ่งมี 3 แนวทางในการออกแบบ คือ SMART EATHRY และ CASUAL ซึ่งแท้จริงแล้วแต่ละ DESIGN ในแนวทาง ทั้ง 3 ก็มี EYWORD ที่ใช้ประกอบในการออกแบบที่ต่างกันรวมถึงลักษณะการ ILLUSTRATE ด้วย และเลือกแบบ SMART 3 หลังจากเลือกมาพัฒนาแบบ ซึ่งใน DESIGNนี้ การนำเรื่องราวของการถ่ายภาพมาใช้ในการออกแบบกราฟิกด้วย คือ การเอียงกล้องถ่ายภาพทำให้เกิดกรอบเอียงๆ ทับกันอยู่เป็นฉากสามเหลี่ยมที่มุม ทั้ง 4 และนำมาพัฒนาต่อจนเป็นแบบ FIX IDEA และนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์เพื่อ การใช้งานกล้อง SLR และมีการใช้สีในการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยมีเหตุผล ประกอบดังนี้คือ ใช้สีน้ำเงินสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลและทำความสะอาด เนื่องจาก ให้ความรู้สะอาด เข้มขรึมตามลักษณะกล้อง SLR สีเขียวสำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่ม อำนวยความสะดวกเนื่องจากให้ความรู้สีที่สื่อถึงธรรมชาติการเดินทาง ซึ่งเป็น ลักษณะของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ และ สีแดงสำหรับผลิตภัณฑ์ฟิลเตอร์ เนื่องจาก สด ใน มีรสชาติ เปรี้ยวเหมือนการแต่งแต้มมีสีในการถ่ายภาพด้วยฟิลเตอร์ อีกทั้งสี ทั้ง 3 ก็เป็น COLLECTION ของสีในกลุ่มเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นแม่สีแห่งแสดง ซึ่งก็ คือหัวใจในการถ่ายภูมุนั่นเอง ส่วนกราฟิกในกลุ่มกล้องคอมแพ็ค และอุปกรณ์ เสริมเน้นสื่อถึงความสนุกสนานจากสีสันและเส้นสายของกราฟิกบนกระดาษ ริโซเคลิสสีน้ำตาล ซึ่งสื่อถึงความมีส่วนร่วมต่อการห้วงใยสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็น ลักษณะส่วนหนึ่งของผู้ชอบเดินทางท่องเที่ยว ถ่ายภาพ

4.2 ด้านโครงสร้าง มีการออกแบบโครงสร้างดังนี้

1. กล่องกระดาษแข็งเคลือบ ออกแบบให้มีลักษณะเป็นกล่องแทนการใช้ซองแก้ปัญหาของและกระดาษภายในยับ โดยมีลักษณะเป็นกล่องที่พับเข้าหากันด้านข้างมีลิ้นสำหรับล็อกและป้องกันฝุ่น ภายในออกแบบผนังด้านข้าง ตลอดจนขนาดให้สัมพันธ์กับการใช้งาน ทำให้เมื่อดึงกระดาษแข็งเคลือบแล้วจะไม่มีแผ่นอื่นๆ หลุดตามกันออกมา

2. กล่อง DISPLAY สำหรับกล่องกระดาษแข็งเคลือบ ออกแบบให้มีการล็อกกันกับกราฟิกที่เอียงของการกรอบคือ ออกแบบพื้นให้บรรจุกล่องและช่องในลักษณะที่เอียงด้านข้างและด้านหลังผนังมีความหนาและเอียงเพื่อความสวยงาม

3. ขวดน้ำยาแข็งเคลือบ และน้ำยาแข็งบอดี้ ออกแบบให้สื่อถึงการความแตกต่างของทั้งสองผลิตภัณฑ์ โดยใช้สีของตัวขวดและฝาที่แตกต่างกัน ส่วนโครงสร้างขวดมีลักษณะกันทั้งหมดเพื่อความประหยัด โดยไม่เสียประโยชน์ในการใช้งาน

4. ลูกยางทำความสะอาด ออกแบบให้เป็น BLISTER PACK ซึ่งฉลากด้านหลังมีความนูนเป็นสัน ในส่วนของฉลากสามเหลี่ยมที่มุมทั้ง 4 และระบายแผ่นหลังทั้งหมดด้านหน้าสุดของ BLISTER PACK เรียบเพื่อประโยชน์ในการวางหยาบซ้อนกันในการขนส่งและการวางโชว์สินค้า ได้อย่างเป็นระเบียบมั่นคง

5. กล่องชุดทำความสะอาด และกล่องเครื่องดูดฝุ่น เป็นกล่องซึ่งมีผนังด้านข้างสอดเข้าและยังสอดเป็นมุมลงไปในด้านหน้า ส่วนโครงสร้างภายในเป็น THERMO FORM ซึ่งมีประสิทธิภาพในการล็อกชิ้นส่วนต่างๆ ประหยัดเวลามากกว่าในการบรรจุและสะดวกในการใช้งาน และจัดเก็บเมื่อเปรียบเทียบกับ โครงสร้างกระดาษเดิมที่ใช้ภายใน

6. กล่อง DISPLAY สำหรับซองสารดูดความชื้นออกแบบให้มีลักษณะ เช่นเดียวกับกล่อง DISPLAY สำหรับกล่องกระดาษแข็งเคลือบ โดยมีรายละเอียดตาม ข้อ 2.

7. สายสะพาย ออกแบบให้เป็น BLISTER PACK โดยมีลักษณะเช่นเดียวกับ BLISTER PACK สำหรับลูกยางทำความสะอาด โดยมีรายละเอียดตาม ข้อ 4.

8. กล่อง FILTER ออกแบบให้เป็นกล่องพลาสติก เปิดปิดจากด้านบนพร้อมตัวล็อกและหูแขวน ฝาหน้าใสมองเห็นผลิตภัณฑ์และฉลากภายใน

9. กล่องกล่องคอมแพ็ค ออกแบบให้เป็นกล่อง 6 เหลี่ยม วางแนวตั้งเพื่อสร้างความแตกต่าง น่าสนใจด้านบนมีลิ้นสำหรับล็อกฝา โครงสร้างภายในเป็นกระดาษลูกฟูกลอนอิ ใช้ในการจัดเก็บกล่อง, กระจา และถ่าน 2 ก้อน

10. กล่องกระจากันน้ำ และกระจาถ่ายภาพใต้น้ำ ออกแบบให้เป็นกล่อง FOLDING CARTON เปิดปิดด้านหน้า พร้อมตัวล็อก มีการเจาะ WINDOW ด้านหน้าเพื่อการมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน

ภายหลังนำเสนองานในขั้นตอนแบบร่างกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ได้ให้ข้อเสนอแนะซึ่งพอสรุปได้ ดังนี้

- ควรพิจารณาการคิดในการออกแบบที่เป็นระบบมากกว่านี้ คือ คิดจากส่วนใหญ่ไปหาส่วนย่อยในการออกแบบควร SKETCH DESIGN ในลักษณะกลุ่มแล้ว จึงแตกไปคิดย่อย
- ขาดความต่อเนื่องจากบุคลิกของบรรจุภัณฑ์เดิมคือ การใช้สีเงินเน้นตัว BRAND สีน้ำเงิน ไม่เห็นลักษณะเดิมเลย
- สีบรรจุภัณฑ์โดยรวมเมื่ออยู่รวมกันค่อนข้างมืด และตัว BRAND NAME ก็จาง เพราะมีลักษณะใกล้เคียงกับสีพื้น
- สีพื้นของกลุ่มกล่องคอมแพ็ค และอุปกรณ์เสริม ซึ่งเป็นสีน้ำตาล RECYCLE ดูไม่เข้ากับ บุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องการความสดในสนุกสนาน
- โครงสร้างกล่อง DISPLAY สำหรับกล่องกระดาษเช็ดเลนส์ กล่อง DISPLAY สำหรับสารดูดความชื้น, ชุดทำความสะอาด, เครื่องดูดฝุ่น, อนุภาคหลัก BLISTER PACK มีความยุ่งยากซับซ้อนเกินไปในการพิมพ์ การผลิต ควรคลี่คลาย ให้เรียบง่ายลงตัวกว่านี้
- ฝาปิดกล่องกล่องคอมแพ็คแยก ควรออกให้มีการปิดที่เรียบร้อย

5. สรุปผลการออกแบบ

จากข้อเสนอแนะจากกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ในขั้นตอนแบบร่างได้นำมาปรับปรุงการทำงานขั้นตอนการออกแบบขั้นสุดท้าย โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

5.1 ด้านกราฟิก

ทำการออกแบบโดยเริ่ม SKETCH จากกลุ่มรวม คือ เลือกตัวแทนกลุ่มทำความเข้าใจความสะอาดมา 2 ตัว คือ สเปรย์เนื่องจากเป็นโครงสร้างมาตรฐานและขวดน้ำยาเช็ดโต๊ะ เนื่องจากเป็นกลุ่มใหญ่และต้องการให้เห็นการแสดงความแตกต่างของการใช้งาน จึงเลือกมาถึง 2 ตัว, ตัวแทน กลุ่มอำนวยความสะดวกมา 1 ตัว คือ กระจาแคดเอวเนื่องจากเป็นโครงสร้างมาตรฐาน และตัวแทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ฟิลเตอร์ โดยประกอบด้วย KEYWORD ต่างๆ ในแต่ละ DESIGN และหลังจากการเลือกมาพัฒนาทำการ FIX DESIGN ใน DESIGN แบบ B และเลือกใช้แนวทบทวนการ ILLUSTRATE จากแบบ C ซึ่งก็มีลักษณะเดียวกันจากขั้นตอนแบบร่วมด้วย ซึ่งหลังจากพัฒนา แล้วก็เลือกใช้สีโทนเทาไล่สีในกราฟิกส่วนที่มีลักษณะเป็นม่านรับแสงด้านซ้าย เพื่อแทนที่การใช้สีเงิน และให้ความรู้สึกความเคลื่อนไหวจากสีที่ไล่สลับกันทางด้านขวา โดยมีการแย่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้วยสีตามเหตุผลเดียวกันในขั้นตอนแบบร่าง

ส่วนในกลุ่มกล่องคอมแพ็คก็นำลักษณะ เด่นจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานกล่อง SLR คือ ม่านรับแสง มาคลี่คลายใช้ และใช้สีเส้นที่สดใสสนุกสนานกว่าโดยใช้สีเขียว แดง น้ำเงิน เช่นกันในกลุ่มกล่องคอมแพ็ค และสีฟ้า น้ำทะเลในกลุ่มกระจาแคดกล่องกันน้ำและกระจาแคดถ่ายภาพได้น้ำ เพื่อสื่อถึงลักษณะการใช้งานอีกทั้งยังรับกันกับสีเหลืองที่ตรงกันข้ามซึ่งเป็นสีผลิตภัณฑ์ด้านใน

5.2 ด้านโครงสร้าง

มีการคลี่คลายโครงสร้างต่างๆ ที่ได้รับข้อเสนอแนะในขั้นตอนแบบร่างให้เรียบง่ายลงตัวและง่ายต่อการผลิตมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีความเป็น CORPORATE กัน ซึ่งใช้โครงสร้างบางตัวที่เอื้อคือ การทำผนังด้านซ้ายเป็นโค้งเพื่อสื่อถึงความเป็นเลนส์ที่มีรูรับแสงภายในจากส่วนกราฟิก

จากภาพรวมของผลงานในขั้นตอนสุดท้ายแสดงให้เห็นภาพลักษณ์ใหม่
ของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน มีจุดเด่น และเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ มีความ
เป็น CORPORATE IDENTITY ระหว่างกลุ่มสินค้าที่มีการออกแบบให้สามารถแยกแยะ
ประเภท ชนิด กลุ่ม ชัดเจน ง่ายต่อการเข้าใจ และมีความเหมาะสมตามลักษณะสินค้า
ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้จะตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ทำให้มี
โอกาสได้รับการตัดสินใจซื้อเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการส่งเสริมยกระดับสินค้าไทยให้เป็น
ที่ยอมรับเพิ่มมากขึ้น



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ ด้วยความช่วยเหลือจากบุคคล
มากมายข้าพเจ้าขอขอบคุณ

- อ. อรสา จิรภิญโญ อาจารย์ที่ปรึกษาที่กรุณามอบความรู้, ความคิดเห็น คำแนะนำ
ต่างๆ ทุกสิ่งล้วนมีค่าทั้งต่อการทำวิทยานิพนธ์ และ ชีวิตจริง
- อ. นภาพรณ เจริญสุข สำหรับคำปรึกษา ความคิดเห็นต่างๆซึ่งมีความสำคัญใน
การทำงาน
- ขอบคุณพี่ลาภ สำหรับสิ่งดีทุกอย่าง ตั้งแต่จุดเริ่มต้น ที่มีให้มาโดยตลอด
- คุณ อนุชา ลุยวิกภัย ผู้จัดการฝ่ายการตลาดบริษัท เอกศิลป์อุตสาหกรรม จำกัด
สำหรับข้อมูลต่าง ๆ
- พี่เหน่ง พี่จืด พี่รุ่ง สำหรับคำแนะนำ ความช่วยเหลือ ตอนเสนอหัวข้อ
- พี่แซม พี่รหัสที่แสนดี ในคำแนะนำ ความช่วยเหลือ การเอาใจใส่ถามไถ่มาโดย
ตลอด
- พี่เยี่ยวสุดยอด พี่เทค ในความช่วยเหลือต่างๆ
- พี่เร สำหรับคำแนะนำ ความช่วยเหลือต่างๆ ตลอดจน MODEL
- พี่เอ็ม พี่รหัสที่แสนจะมีน้ำใจสำหรับความช่วยเหลือต่าง ๆ มากมาย
- GOLF, POP , วิสกี, เอ๋, อัน, พิเศษฐ์, หนึ่ง, ปุ๊ก, อ้อสัน, เม้ง, กุ้ย ในความช่วยเหลือและ
เพื่อนๆ ทุกคนที่ร่วมกันมา น้องวิวสำหรับน้ำใจมากมาย เช่นเดียวกับจำนวนกล่องที่
พับให้ เพียบ, น้องปรัชญ์สำหรับคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์สำคัญที่ให้ยืมมา, น้อง
เพชร(ซาลาเปา), น้องเอ๋(แดงเม) และติง สำหรับความช่วยเหลือต่างๆ
- น้อง ๆ ปี 3 ที่ช่วยเหลืออาร์ทในการทำ MODEL
- น้อง ๆ ปี 2 มากมาย น้องก้อ น้องดี น้องอ้อย น้องลี น้องป๊วย และอีกหลายคนที่ไม่ได้
เอ่ยชื่อ
- น้องๆ ปี 1 น้องเดียร์, อะตอม, น้องโป้ง
- น้องรหัส น้องเทคทุกคนตั้งแต่พี่, อาร์ทคนเก่ง, เมย์ที่น่ารัก และน้องดีที่เมย์บอกว่า.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- พี่น้องทุกคนในโบสถ์สำหรับคำอธิษฐานเพื่อมาโดยตลอด
- ขาดไม่ได้เลยสำหรับสิ่งพิเศษสุด สิ่งดีทุกอย่าง ความช่วยเหลือ ความห่วงใย และกำลังใจ จากพี่ตา อมรรัตน์ นุช พิ้ง นี และพี่ๆ เพื่อนๆ ในสยามว่าลา ที่มีให้กันเสมอมาและตลอดไป
- พี่หวัน สำหรับความช่วยเหลือมากมาย
- ป่วย พี่สาวที่ต้องมานั่งพับกลอง กลองแล้ว กลองเล่า
- ออนี่ สำหรับทุกๆ อย่าง
- ป่าป๊า และมาม้า อย่างที่สุดจากใจสำหรับสิ่งที่นับไม่มีวันหมด

เหนือสิ่งอื่นใดทั้งหมด ขอขอบพระคุณพระเจ้าสำหรับการเลี้ยงดู และทรงนำตลอดเวลาที่ผ่านมา และตลอดไปในชีวิต



ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอกศิลป์อุตสาหกรรม EKASILP INDUSTRY LIMITED PARTNERSHIP

20/25 หมู่ 5 ซอยเพชรเกษม 48 แขวงบางด้วน
เขตภาษีเจริญ กรุงเทพฯ 10160


โทร. 4570123-4, 4576775-6, 4573485, 4571413
โทรสาร. 4573954
กรุงเทพฯ วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2539

เรื่อง อนุมัติให้การสนับสนุนการทำวิทยานิพนธ์

เรียน หัวหน้าภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม

ตามที่ นายสุทัศน์ อภิรัตน์แสงศรี นักศึกษาชั้นปีที่ 5 ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ได้ทำหนังสือถึง ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอกศิลป์อุตสาหกรรม เพื่อขอความอนุเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า ในการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "โครงการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และสื่อโฆษณา ณ จุดขายสำหรับผลิตภัณฑ์การถ่ายภาพ ELECTRA"

ทางห้างฯ มีความยินดีที่จะให้การสนับสนุน ในการให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ดังกล่าว จึงเรียนมาเพื่อทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(นายอนชา ลุยวิภักย์)
ผู้จัดการฝ่ายตลาด

คำนำ

ย้อนเวลากลับไปเมื่อร้อยกว่าปีก่อน ชาวอาหรับคนหนึ่งสังเกตเห็นแสงลอดผ่านรูเล็ก ๆ ในห้องมืดทึบ และปรากฏภาพสะท้อนของวัตถุภายนอกห้องบนผนังด้านตรงกันข้าม ต่อมาจิตรกรได้นำความรู้นี้ไปประดิษฐ์เป็นกล้องมืด เพื่อคัดลอกภาพที่สะท้อนจากรูเล็ก ๆ ดังกล่าว โดยเรียกอุปกรณ์ชิ้นนี้ว่า CAMERA OBSCURA เป็นคำที่มาจากภาษาละติน แปลว่าห้องมืด

แม้ว่าการวาดภาพโดยใช้หลักการห้องมืด จะให้สัดส่วนของภาพที่ถูกต้อง มีรายละเอียดใกล้เคียงกับของจริงก็ตาม แต่กว่าจะได้แต่ละภาพกินเวลานานมาก มนุษย์จึงพยายามหาทางที่จะทำให้ได้ภาพเร็วขึ้น โดยสามารถผลิตซ้ำเป็นจำนวนภาพมาก ๆ ได้ นั่นก็คือที่มาของการถ่ายภาพนั่นเอง โดยมนุษย์คนแรกที่ถ่ายภาพแรกของโลกได้ คือ โจเซฟ นีเพอร์ เนียฟซ์ ชาวฝรั่งเศส เป็นภาพถ่ายอาคารบ้านเรือน ซึ่งต้องใช้เวลานานมากถึง 8 ชั่วโมง จนกระทั่งวันที่ 19 สิงหาคม 1839 ได้มีการประกาศให้ทราบทั่วกันว่า หลุยส์ดาแกร์ ชาวฝรั่งเศส ได้ค้นพบสารไวแสงในการบันทึกภาพ และเรียกการถ่ายภาพของเขาว่า ดาแกรโรไทป์ ซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในเวลาต่อมา และมีการพัฒนาสารไวแสงให้ดีขึ้น จากเดิมที่ต้องใช้เวลานานนับชั่วโมง เหลือเพียงไม่กี่วินาที และเพียงเสี้ยววินาทีในปัจจุบัน

การถ่ายภาพเป็นเครื่องมือสำคัญในการบันทึกภาพทางประวัติศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ เท่า ๆ กับที่มันช่วยให้เกิดการสร้างสรรค์ศิลปะ ถ่ายทอดจินตนาการอันล้ำลึกของมนุษย์ ในปัจจุบันเรามีความคุ้นเคยกับกิจกรรมถ่ายภาพเพิ่มมากขึ้น จนทำให้เราลืมนึกถึงประโยชน์เอนกอนันต์ ที่การถ่ายภาพมีต่อมนุษย์ ถ้าปราศจากการถ่ายภาพเราคงถูกจำกัดโลกทัศน์ที่กว้างใหญ่ ให้เหลือเพียงแต่สิ่งที่เรามองเห็นด้วยตาเปล่าได้

ในประเทศไทยนั้นการถ่ายภาพ ได้มีมากกว่าร้อยปีแล้วเช่นกัน เริ่มต้นหลังจากที่ชาวโลกรู้จักการถ่ายภาพแบบดาแกรโรไทป์ไม่นานนัก โดยสันนิษฐานว่าผู้ที่ถ่ายภาพในประเทศไทยคนแรกคือ บาทหลวงลาริโนดี ชาวฝรั่งเศส ต่อจากนั้น การถ่ายภาพก็เริ่มแพร่หลายมากขึ้นตามลำดับ

ในการถ่ายภูมุนั้น นอกจากความรู้ความเข้าใจทั้งทางศาสตร์ และศิลป์แล้ว อุปกรณ์การถ่ายภาพที่มีคุณภาพสูง ถือเป็นหัวใจในการสร้างผลงานที่มีคุณภาพ ดังนั้น บรรดาผู้ผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพจึงมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค นำมาซึ่งยอดขายและผลกำไร แต่ในการแข่งขันทางธุรกิจนั้น นอกจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้ว กลยุทธ์ทางการตลาดถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ และบรรจุภัณฑ์ก็ถือเป็นอาวุธสำคัญ สำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงตัวผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ ช่วยสร้างเสริมภาพพจน์ที่ดีต่อตัวผลิตภัณฑ์ และยังสามารถวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด
ได้อย่างถูกต้อง และแม่นยำ



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทนำ

ในอดีตช่างภาพชาวไทยต้องใช้อุปกรณ์การถ่ายภาพจากต่างประเทศมาโดยตลอด ซึ่งนอกจากจะทำให้เงินตราไหลออกนอกประเทศ ยังทำให้คนไทยขาดการพัฒนาทางเทคโนโลยี และการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ด้วยตัวเอง แต่ในปัจจุบันอุปกรณ์การถ่ายภาพคุณภาพสูงของไทย ในนาม ELECTRA ได้รับการค้นคว้าพัฒนาโดยทีมนักวิศวกรไทย เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตอบสนองความพึงพอใจสูงสุดในการใช้งาน

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอกศิลป์อุตสาหกรรม ผู้ผลิต จำหน่าย และส่งออกผลิตภัณฑ์ ELECTRA เป็นบริษัทที่ก่อตั้ง และดำเนินงานโดยคนไทยทั้งหมด เป็นผู้ดำเนินการผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพ โดยใช้เครื่องจักรทันสมัย วัสดุดิบชั้นดี ควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด ครอบคลุมการผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพตั้งแต่อุปกรณ์เสริมประกอบการใช้งาน กล้อง 35 mm. อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องมืด ไปจนถึงไฟแฟลช และอุปกรณ์การถ่ายภาพต่าง ๆ ในสตูดิโอ นอกจากนี้ ยังมีการผลิต และส่งออกชิ้นส่วนต่าง ๆ ของอุปกรณ์การถ่ายภาพ รวมทั้งมีการผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพที่มีชื่อเสียง เช่น HAMA, ROWI ของเยอรมัน DOT LINE, PRINZ ของอเมริกา TOKINA ของญี่ปุ่น และอื่น ๆ อีกมากมาย อีกทั้งยังมีแผนการขยายการตลาดในหลาย ๆ ด้านอีกด้วย โดยบริษัทฯ มีจุดมุ่งหมายในการดำเนินธุรกิจ มิใช่เพียงการผลิต และจำหน่ายภายในประเทศเท่านั้น แต่เพื่อแข่งขันในเวทีตลาดโลกด้วย

บรรพบุรุษถือเป็นเรื่องสำคัญสำหรับกลยุทธ์ทางการตลาด ในการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการสร้างเสริมคุณค่า และภาพพจน์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือ ยอมรับ และตัดสินใจซื้อ อีกทั้งยังเป็นการยกระดับสินค้าไทย ให้เป็นที่ยอมรับ และสามารถแข่งขันในตลาดโลก สร้างงานให้กับแรงงานไทย ช่วยให้เกิดการพัฒนาทางเทคโนโลยี ลดการขาดดุลทางการค้า นำเงินตราจากต่างประเทศกลับสู่ประเทศไทย

สารบัญ

บทคัดย่อ

กิตติกรรมประกาศ

อนุมัติผล

คำนำ

บทนำ

บทที่ 1 บทนำ

ความเป็นไปได้ของโครงการ

ปัญหาที่เกิดขึ้น และแนวทางแก้ปัญห

ขอบเขตของโครงการ

แนวทางการศึกษาวิจัย

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

บทที่ 2 การค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2.1.1 ประวัติความเป็นมา

2.1.2 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์

2.1.3 ความต้องการของผลิตภัณฑ์

2.2 ข้อมูลด้านการตลาด

2.2.1 ข้อมูลด้านการตลาดโดยรวม

2.2.2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับสินค้าคู่แข่ง

2.2.3 วิธีการจัดจำหน่าย

2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค

2.3.1 จิตวิทยาเกี่ยวกับแรงจูงใจและกระบวนการตัดสินใจซื้อ

2.3.2 ข้อมูลผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย และพฤติกรรมการซื้อ

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

- 2.4 ข้อมูลทางด้านคู่แข่ง
- 2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุ และกรรมวิธีการผลิต
 - 2.5.1 วิเคราะห์และสรุปวัสดุที่ใช้ในการผลิต
 - 2.5.2 วิเคราะห์ระบบการพิมพ์

บทที่ 3 การพัฒนาการออกแบบ

- 3.1 สรุปขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบขั้นแบบร่าง
 - 3.1.1 การพัฒนาการออกแบบด้านกราฟิก
 - 3.1.2 การพัฒนาการออกแบบด้านโครงสร้าง
- 3.2 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน
- 3.3 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบขั้นสำเร็จ

- 4.1 สรุปขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบ
 - 4.1.1 การพัฒนาการออกแบบด้านกราฟิก
 - 4.1.2 การพัฒนาการออกแบบด้านโครงสร้าง
- 4.2 ภาพถ่ายหุ่นจำลอง
- 4.3 ภาพถ่ายย่อแผ่นเสนองาน
- 4.4 ภาพถ่ายย่ออาร์ตเวิร์ค
- 4.5 ภาพถ่าย DRAWING และ DIE CUT

บทที่ 5 บทสรุป

สรุปผลการออกแบบ และข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

บรรณานุกรม

ประวัติการศึกษา



บทที่ 1

บทนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้เชิงพาณิชย์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเป็นไปได้ของโครงการ (FEASIBILITY)

1. ด้านนโยบาย

โครงการนี้ดำเนินงานโดยใช้ข้อมูลทางการตลาดจริง และข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ โดยได้รับการสนับสนุนจาก ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอกศิลป์อุตสาหกรรม ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์การถ่ายภาพ ELECTRA เพื่อส่งเสริมการขาย สร้างภาพพจน์ ยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับสโลแกน ของ ELECTRA คือ อุปกรณ์การถ่ายภาพเพื่อชาวไทย และชาวโลก

2. ด้านเศรษฐกิจ

เป็นการส่งเสริมให้สินค้าที่ผลิตภายในประเทศ ซึ่งเป็นกิจการของคนไทย และดำเนินงานโดยคนไทย ให้ได้รับการยอมรับและเชื่อถือ สามารถแข่งขันในตลาดโลก ช่วยลดการขาดดุลการค้าระหว่างประเทศ ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ การหมุนเวียนของเงินตราภายในประเทศ และเกิดการสร้างงานให้กับแรงงานไทย

3. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม

ส่งเสริมคุณค่าของสินค้าไทยให้เป็นที่ยอมรับ และเชื่อถือ ทั้งจากคนไทยและคนต่างชาติ สร้างจิตสำนึกให้คนไทยเห็นคุณค่า และใช้สินค้าไทย

4. ด้านการออกแบบ

เป็นการออกแบบโดยใช้ข้อมูลจริง ในส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผ่านการวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบโดยคำนึงถึงวัสดุ กรรมวิธีการผลิต ตลอดจนข้อจำกัดจากสภาพการณ์จริงของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการเลือกใช้ที่เหมาะสมและเป็นไปได้จริง

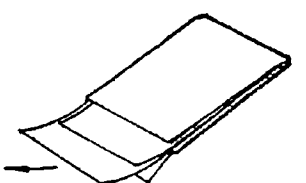
สรุป หัวข้อวิทยานิพนธ์นี้ มีความเป็นไปได้สูง เนื่องจากสอดคล้องกับแนวทางต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว

ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา


ปัญหาทางบรรจุกัมภ์ของแต่ละผลิตภัณฑ์ และแนวทางแก้ปัญหา

1. กระดาษเช็ดเลนส์ (LENS CLEANING PAPER)

ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก และการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (CONVENIENCE & PROTECTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1.1 กระดาษมักกระจายตัวไม่เป็นระเบียบหลังจากดึงแผ่นใดแผ่นหนึ่งออกมาใช้งาน เนื่องจากกระดาษ จำนวน 50 แผ่น ซึ่งมีความหนาถูกบรรจุในกระดาษพับ โดยตรงด้านที่พับจะเป็นมุม ซึ่งบีบปลายกระดาษไว้ด้วยกัน ทำให้เมื่อดึงแผ่นใดแผ่นหนึ่ง แผ่นอื่น ๆ มักจะเลื่อนตามกันออกมา และถ้าไม่จัดเก็บให้เป็นระเบียบอย่างเดิม แล้วยึดเก็บลงไปในซองเลยก็เกิดปัญหากระดาษยับเสียหายได้</p> <div style="text-align: center;">  <p>ส่วนมุมที่บีบกระดาษ</p> </div> <p>ส่วนมุมของกระดาษพับจะบีบกระดาษหลายแผ่นที่มีความหนาเข้าด้วยกัน</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>เมื่อดึงกระดาษแผ่นใดแผ่นหนึ่ง กระดาษแผ่นอื่น ๆ มักจะเลื่อนตามกันออกมา เนื่องจากความหนาแน่น และลักษณะพื้นผิวของกระดาษ</p>	<p>1.1 อาจออกแบบกล่องซึ่งใช้บรรจุให้มีกลไกสไลด์ออกด้านข้าง โดยตัวกล่องมีความหนาพอที่กระดาษจะไม่ถูกบีบให้แน่นติดกัน ลดปัญหาการดึงกระดาษ แล้วมีกระดาษแผ่นอื่น ๆ ตามติดกันออกมา และผนังด้านข้างของกล่องจะเป็นตัวบังคับทิศทางไม่ให้กระดาษเลื่อนออกทางด้านข้าง</p> <div style="text-align: center;"> <p>เปรียบเทียบการใช้งานบรรจุภัณฑ์เดิม</p>  </div> <ol style="list-style-type: none"> 1. เลื่อนรองด้านในออกมา 2. เปิดปากด้านบนออก ดึงกระดาษเช็ดเลนส์ออกมา (เป็นขั้นตอนที่กระดาษเลื่อนตามกันออกมา และกระจัดกระจาย) <div style="text-align: center;">  </div> <ol style="list-style-type: none"> 3. หลังจัดเก็บกระดาษที่ไม่เป็นระเบียบ ปิดปากด้านหน้ากลับเราที่ 4. เลื่อนรองเก็บเข้าที่เดิม <p style="text-align: center;">แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คาดว่าจะเป็น</p> <div style="text-align: center;">  </div> <ol style="list-style-type: none"> 1. เลื่อนรองด้านในออกมา 2. เปิดปากด้านบนออก ดึงกระดาษเช็ดเลนส์ออกมา ลดปัญหาการที่กระดาษเลื่อนตามกันออกมาโดยไรกล่องที่มีความหนา ส่วนปากด้านบน-ล่างจะบังคับทิศทางของกระดาษที่ออกมา <div style="text-align: center;">  </div> <ol style="list-style-type: none"> 3. พับปากกลับ 4. เลื่อนกล่องเก็บเข้าที่เดิม

ปัญหาด้านการสื่อสาร และการส่งเสริมการจำหน่าย (PROMOTION)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>1.2 ภาพซึ่งใช้สื่อความด้านหน้าของซอง เป็น การสื่อถึงวิธีขีดเลนส์ที่ผิด ทำให้เกิดการเข้าใจผิดถึงวิธีการใช้งาน และเกิดความเสียหายกับเลนส์</p> 	<p>1.2 ด้านหลังของกล่องมีกราฟิก แสดงวิธีการ ใช้งานอย่างถูกต้อง ง่ายต่อการทำความเข้าใจ</p>  <p>ภาพด้านหลังกล่องกระดาษขีดเลนส์</p>
<p>1.3 สีเส้นและกราฟิก ให้ความรู้สึกขุ่นมัว ขัดกับ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด</p>	<p>1.3 ออกแบบโดยคำนึงถึงจิตวิทยาในการใช้สี และกราฟิก ที่สื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ทำ ความสะอาด</p>

เปรียบเทียบคู่แข่ง

1. KODAK

เกิดปัญหาในการใช้งาน เช่นเดียวกับ ELECTRA ทุกประการ เพราะมีโครงสร้าง และวิธี การใช้เหมือนกัน

2. HAKUBA

กระดาษถูกพับ และบรรจุในปกกระดาษ ด้านบนถูกเย็บติดกับปกด้วย STAPLE

ข้อดี

- กระดาษไม่กระจัดกระจาย เนื่องจากการ เย็บติดกับปก

ข้อเสีย

- ไม่สามารถป้องกันฝุ่นได้ (ถือเป็นจุดเสีย หายมาก เนื่องจากกระดาษขีดเลนส์ต้อง การความสะอาดสูง)
- ลักษณะการเย็บแบบนี้ดูไม่สวยงาม และ คุ้มราคา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. MARUMI

กระดาษถูกบรจุในซองพลาสติก มีฉีกเปิด-ปิด

ข้อดี

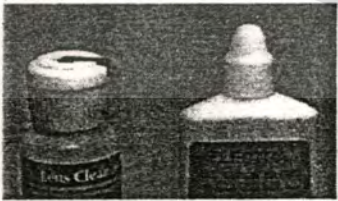
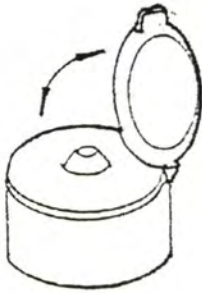

- ป้องกันฝุ่นละอองได้ดี

ข้อเสีย

- ไม่สะดวกในการใช้งาน
- ขาดการโฆษณาและสื่อความ
- ขาดความสวยงาม ดูดี้อยค่า

2. น้ำยาเช็ดเลนส์ (LENS CLEANING SOLUTION)

ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก (CONVENIENCE)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>2.1 ขวดน้ำยาทึบ ทำให้ไม่เห็นปริมาณน้ำยาที่เหลืออยู่ (จากการศึกษาพบว่าน้ำยาไม่ต้องการการปกป้องจากแสง)</p> <p>2.2 ฝาเกลียว เสียเวลาในการเปิด-ปิด เมื่อเปรียบเทียบกับฝาวาล์วเปิด-ปิด แบบ KODAK</p> <div data-bbox="232 1399 571 1600" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="263 1614 351 1641" style="text-align: center;">KODAK</div> <div data-bbox="431 1614 533 1641" style="text-align: center;">ELECTRA</div>	<p>2.1 ออกแบบโดยใช้ขวดพลาสติก ซึ่งสามารถเห็นปริมาณน้ำยาภายใน</p> <p>2.2 อาจออกแบบโดยใช้ฝาที่สะดวกในการใช้งาน เช่น ฝา FLIP หรือ วาล์วเปิด-ปิด โดยคำนึงถึงความปลอดภัยในการใช้งาน โดยจะต้องไม่มีน้ำยารั่วซึมออกมาได้ด้วย เพื่อนำมาใช้</p> <div data-bbox="736 1528 939 1822" style="text-align: center;">  </div> <div data-bbox="1044 1608 1219 1830" style="text-align: center;">  </div>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบคู่แข่ง

1. KODAK

มีข้อดีตรงที่ขวดใสเห็นปริมาณน้ำยา และฝาวาล์ว เปิด-ปิด สะดวก มีป้ายโฆษณาด้านหลัง และใช้แขวนได้ แต่ขวดเป็นขวดกลมเปลืองพื้นที่การเก็บในช่องเก็บของภายในกระเป๋ากล้อง ซึ่งมักจะเป็นช่องที่แบน เมื่อเปรียบเทียบกับขวดของ BRAND อื่น ๆ ซึ่งมีลักษณะแบน



2. HAKUBA

ใช้วิธีบีบให้น้ำยาซึมผ่านก่อนฟองน้ำที่ติดไว้ ทาลงบนเลนส์ จากนั้นจึงเช็ดทำความสะอาด ซึ่งเป็นวิธีที่ไม่สะดวก และอาจมีผลเสียต่อผิวหน้าเลนส์ หากเปรียบเทียบกับ การหยดน้ำยาลงบนกระดาษเช็ดเลนส์ ซึ่งสามารถควบคุมจำนวนหยดได้ อีกทั้งสะดวกรวดเร็วกว่า



3. MARUMI

เกิดปัญหาในการใช้เช่นเดียวกับ ELECTRA เนื่องจากเป็นขวดพลาสติกทึบ และฝาเกลียว เช่นเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. นํ้ายาเช็ดตัวก๊อ้ง (BODY OIL)

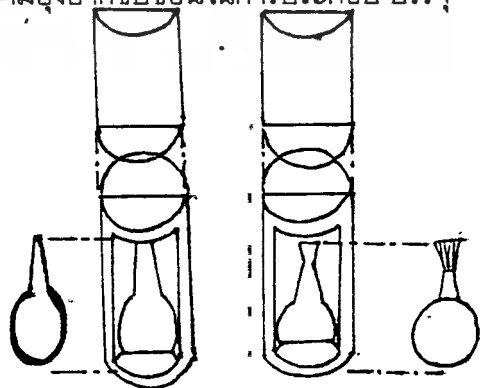
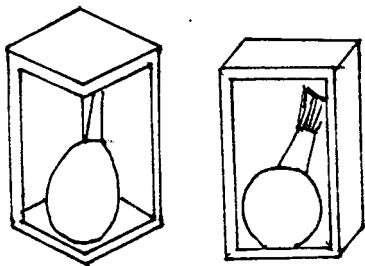
มีปัญหและแนวทางแก้ปัญหเช่นเดียวกับข้อ 2 แต่มีความต้องการเพิ่มเติม คือ ...

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญห
- เนื่องจากทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกัน จึงอาจเกิดความผิดพลาดในการหยิบใช้งาน	- ออกแบบให้มีกราฟิกที่แสดงความแตกต่างของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ชัดเจน หรืออาจใช้ขวดที่มีสีแตกต่างกัน หรืออาจใช้ขวดหนึ่งใส อีกขวดทึบ เป็นต้น

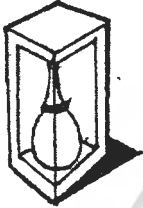

4. ตัวเป่าทำความสะอาด (BLOWER)

ปัญหาด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์


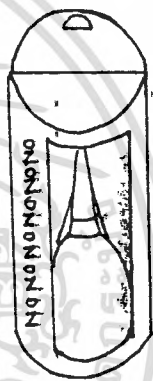
ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญห
4.1 ตัวกล่องขาดการออกแบบให้มีการล็อคตัวผลิตภัณฑ์ภายใน ทำให้ผลิตภัณฑ์เคลื่อนไหวและเอียงได้ ซึ่งนอกจากจะไม่เป็นระเบียบ สวยงามแล้ว ยังทำให้ขนแปรงของ BLOWER BRUSHES เสียรูปได้	4.1 อาจออกแบบให้ตัวกล่องเอง มีส่วนที่ใช้ล็อคผลิตภัณฑ์ไม่ให้เคลื่อนไหวได้ โดยไม่ต้องใช้โครงสร้างอื่นมาเสริมในการล็อค ซึ่งเป็นแนวทางที่พยายามไม่เพิ่มต้นทุนการผลิต และความยุ่งยากซับซ้อนในการประกอบ บรรจุ



ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก (CONVENIENCE)

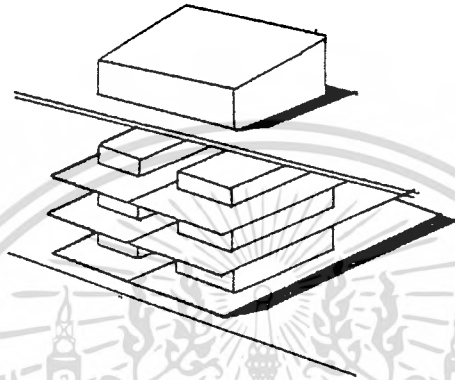
ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>4.2 กล้อง BLOWER ทั้ง 2 ประเภท ขนาดส่วนที่ใช้ในอาคารแขวน ซึ่งเป็นความต้องการของบรรจุกภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์นี้</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>HURRICANE BLOWER</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>BLOWER BRUSHES</p> </div> </div> <p>ภาพแสดงบรรจุกภัณฑ์เดิม</p>	<p>4.2 ออกแบบให้กล้องสามารถตั้ง และมีส่วนที่ใช้แขวนได้</p>

ปัญหาด้านการสื่อสารและการส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>4.3 ขาดพื้นที่ในการโฆษณาสื่อความ เนื่องจากเจาะใส่ด้านหน้าทั้งหมด</p> <div data-bbox="161 751 610 994" style="text-align: center;">  <p>HERRICANE BLOWER BLOWER BRUSHES</p> </div>	<p>4.3 ออกแบบให้มีพื้นที่แสดงกราฟิกที่มองเห็นได้ชัดเจน โดยคำนึงถึงการมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในด้วย</p> <div data-bbox="919 695 1070 1073" style="text-align: center;">  </div>
<p>4.4 ขาดกราฟิกแสดงความแตกต่าง และการให้ข้อมูลกับผู้ซื้อ ทำให้เกิดความสับสน ไม่แน่ใจในการเลือกซื้อ รวมทั้งอาจมีการหยิบผิดได้</p>	<p>4.4 ออกแบบกราฟิก ให้ข้อมูล และแสดงความแตกต่างของ BLOWER ทั้ง 2 แบบ และอาจใช้ 'COLOR CODE' เพื่อช่วยในการแยกแยะผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น</p>
<p>4.5 ขาดกราฟิกโฆษณา และอธิบายระบบวาล์วป้องกันฝุ่นละออง ซึ่งเป็นคุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์นี้</p>	<p>4.5 มีกราฟิกโฆษณา และอธิบายคุณสมบัติเด่นนี้</p>

เปรียบเทียบคู่แข่ง

HAKUBA MARUMI และ LEDVON ถูกบรรจุมาใน BLISTER PACK ไม่สามารถวางตั้งได้ ซึ่งการวางเรียงซ้อนกันในตัวนอกจากจะล้มไม่เป็นระเบียบได้ ยังเกิดปัญหาการถูกบังจากผลิตภัณฑ์ที่วางอยู่ ด้านบนในตัวโชว์



5. ชุดทำความสะอาด (CLEANING SET)

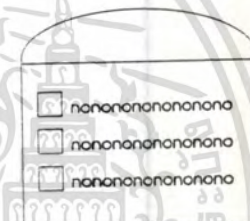
ปัญหาด้านการบรรจุ และการอำนวยความสะดวก (CONTAINMENT & CONVENIENCE)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
5.1 โครงสร้างภายในเป็นการใช้กระดาษแข็งพับขึ้นรูป มีตัวล็อคอุปกรณ์ต่าง ๆ ซึ่งยุ่งยาก และเสียเวลาในการบรรจุ ใช้งาน และจัดเก็บ	5.1 อาจออกแบบโดยใช้ถาดพลาสติก THERMO FORMING โดยออกแบบให้มีการจัดเก็บชิ้นส่วนต่าง ๆ ได้อย่างสะดวก และเป็นระเบียบ รวมทั้งใช้ความยืดหยุ่นของช่องต่าง ๆ จากคุณสมบัติของพลาสติก ในการบีบล็อคชิ้นส่วนต่าง ๆ ไม่ให้เคลื่อนที่ หรือหลุดออกมา รวมทั้งอาจมีร่องอำนวยความสะดวก สำหรับนิ้วมือในการหยิบชิ้นส่วนที่มีขนาดเล็ก

ปัญหาด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (PROTECTION)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>5.2 ช่องต่าง ๆ และตัวล็อค ทำหน้าที่ได้ไม่ดีพอ ทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถหลุดออกมา และสูญหายได้</p> <p>5.3 หูที่ใช้แขวน มี 2 ทิศทาง ทำให้เกิดความสับสน และหากใช้ด้านที่ตรงกับทิศทางการไหลของลม กลองที่อยู่ภายในอาจจะเลื่อนตกลงมา ได้รับความเสียหายได้</p>  <p>ภาพแสดงหูที่ใช้แขวนทางด้านหลังของกลอง</p>	<p>5.2 มีแนวทางแก้ปัญหา เช่นเดียวกับข้อ 4.1</p> <p>5.3 ออกแบบให้มีส่วนที่ใช้แขวนในทิศทางที่ถูกต้อง ปลอดภัย</p> 
<p>5.4 ลักษณะการแขวนด้วยหูแขวนปัจจุบัน ไม่สมดุล เพราะหูแขวนไม่อยู่ในตำแหน่งเดียวกับจุดศูนย์ถ่วง</p>	<p>5.4 ออกแบบ และมีการทดสอบเรื่องจุดศูนย์ถ่วง เพื่อสร้างความสมดุลย์</p>

ปัญหาด้านการสื่อสาร และการส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>5.5 ด้านหน้าเป็นการเจาะใส่ทั้งหมด ขาดพื้นที่แสดงกราฟิก การให้รายละเอียดทั้ง BRAND และชื่อผลิตภัณฑ์ ตลอดจนข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการสื่อ</p> <p>5.6 ต้องการการสื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงผลิตภัณฑ์</p>	<p>5.5 มีการเว้น หรือเสริมพื้นที่ในการแสดงกราฟิก โดยคำนึงถึงการมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในด้วย</p> <p>5.6 ออกแบบกราฟิก อธิบายผลิตภัณฑ์ว่าประกอบด้วยอะไรบ้าง และมีหน้าที่ใช้สอยอย่างไร</p>  <p>ภาพแสดงด้านหลังกล่อง</p>

เปรียบเทียบคู่แข่ง

1. ทั้ง HAKUBA MARUMI และ LEDVON บรรจุใน BLISTER PACK ซึ่งมีปัญหาในการวางในตู้โชว์ ตามที่กล่าวมาแล้วในข้อ 3 เมื่อเปรียบเทียบกับ ELECTRA ที่เป็นกล่องซึ่งสะดวกทั้งในการวางตั้งหรือแขวนจำหน่าย และการเก็บหลังการใช้งาน

2. ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ชุดทำความสะอาดของ MINETTE ซึ่งสามารถตั้งและแขวนได้ (ไม่มีจำหน่ายในประเทศไทย)




6. เครื่องดูดฝุ่นอุปกรณ์ถ่ายภาพ (VACUUM CLEANER)

มีปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาเช่นเดียวกับข้อ 5

7. ชุดทำความสะอาดชุดพิเศษ (SPECIAL CLEANING SET)

ปัญหาด้านการบรรจุ การอำนวยความสะดวก และการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (CONTAINMENT, CONVENIENCE AND PROTECTION)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
7.1 มีปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาเช่นเดียวกับข้อ 5	

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>7.2 จากการผลิตภัณฑ์จำนวนมากขึ้น ทำให้การบรรจุในกล่องเจาะ WINDOW ธรรมดาเปลี่ยนเนื้อที่ด้านหน้ามาก ตลอดจนต้องมีพื้นที่ในการเก็บกว้างมาก อีกทั้งยังไม่สะดวกในการขนส่งภายหลังการซื้อ</p>	<p>7.2 อาจออกแบบให้กล่องสามารถพับกลับเข้าหากันได้ รวมทั้งมีกระดาดห่อหุ้มด้านนอก ป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดกับ WINDOW และมี หนูิวอำนาจความสะดวก และจากการที่ชุดทำความสะอาดชุดใหญ่ และเครื่องดูดฝุ่น อุปกรณ์ถ่ายภาพ มีขนาดใกล้เคียงกัน การปรับให้ทั้ง 2 มีขนาดภายนอกเท่ากัน อาจทำให้สามารถ นำ THERMOFORM ภายในของทั้ง 2 มาใช้ร่วมกับตัวกล่องของชุด SPECIAL CLEANING SET ทำให้เกิด SET ใหม่ ซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ประหยัด และการที่ผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ชุดมีขนาดเท่ากัน ยังเป็นประโยชน์ต่อการจัดเก็บ และขนส่ง</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

8. สเปรย์ทำความสะอาด (CLEANING SPRAY)

ปัญหาด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (PROTECTION)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
8.1 ต้องการการป้องกันการเปิดก่อนจำหน่าย ขณะวางขาย เนื่องจากเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อมักจะ ลองฉีดพ่นดูก่อน และซื้อกระป๋องอื่น	8.1 อาจออกแบบให้มีการป้องกันการเปิดก่อน การจำหน่าย เช่น - มีสติ๊กเกอร์ติดยึดระหว่างฝาและกระป๋อง - มี SHRINK WRAP ห่อหุ้มกระป๋องอีกที่ ส่วนความต้องการทดลองใช้ฉีดพ่นดูก่อน อาจเป็นการแก้ปัญหาทางการตลาด เช่น มี กระป๋อง SAMPLE ให้ทดลองใช้ เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. สารดูดความชื้น (SILICA GEL)

ปัญหาด้านการสื่อสารและการส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>9.1 ขาดการใช้พื้นที่ที่มีอยู่ให้เต็มประสิทธิภาพ โดยฉลากด้านหน้า มีเพียงกราฟิก คือ LOGO ของ ELECTRA สูง 7 mm. และชื่อผลิตภัณฑ์ SILICA GEL สูง 2 mm. (ซึ่งอาจเป็นการเรียงลำดับความสำคัญของจุดขายที่ผิดด้วย เนื่องจาก BRAND "ELECTRA" เอง ไม่น่าจะถูกนำมาเป็นจุดขายหลัก ส่วนที่เหลือเป็นรายละเอียดและวิธีการใช้งาน</p> <div data-bbox="326 1035 480 1268" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="291 1297 525 1325">ภาพแสดงลักษณะผลิตภัณฑ์เดิม</p>	<p>9.1 อาจออกแบบให้มีฉลากด้านหลังเพิ่มขึ้นมาด้วย โดยในส่วนของฉลากด้านหน้า สามารถใช้พื้นที่แสดงกราฟิกสื่อภาพพจน์ และข้อมูลที่จำเป็น และอาจมีการเจาะช่องให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน ส่วนฉลากด้านหลัง เป็นรายละเอียดและวิธีการใช้งาน พร้อมกราฟิกประกอบ</p> <div data-bbox="901 856 1055 1092" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="911 1108 1051 1136">ภาพแสดงด้านหน้า</p> <div data-bbox="901 1155 1055 1390" data-label="Image"> </div> <p data-bbox="911 1404 1051 1432">ภาพแสดงด้านหลัง</p>
<p>9.2 ต้องการการสื่อสารถึงจุดขายเด่นของผลิตภัณฑ์ คือการใช้ซองพลาสติกปิดผนึก เป็น PRIMARY PACKAGE แทนกระดาษ แก้ว ปัญหาการเปื่อยยุ่ย และเกิดขนติดอยู่ในกระเป๋ากล่อง</p>	<p>9.2 อาจออกแบบให้มีกราฟิกแสดงคุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์ เพิ่มน้ำหนักในการตัดสินใจซื้อ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

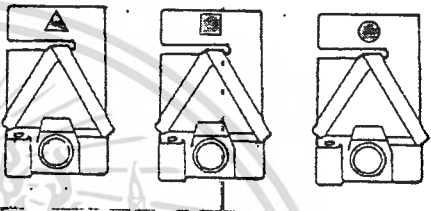
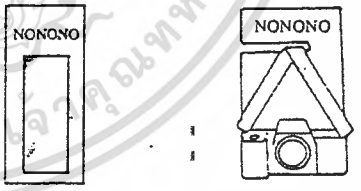
เปรียบเทียบคู่แข่ง

1. HAKUBA และ MARUMI บรรจุ SILICA GEL ใน PRIMARY PACKAGE ซึ่งเป็นของกระดาษปิดผนึก ซึ่งอาจเกิดปัญหาตามที่กล่าวมาข้างต้น และใช้วิธีการขาย โดยการบรรจุของ SILICA GEL 4 ของ ลงในถุงพลาสติกปิดผนึก ไม่มีการแยกจำหน่ายของตัวเอง ซึ่งถ้าจะมองในแง่การขายแล้ว อาจเหมาะกับผู้ซื้อที่ต้องการผลิตภัณฑ์จำนวนหลายของ เมื่อเปรียบเทียบกับ ELECTRA ที่แยกจำหน่ายเป็นของตัวเอง ซึ่งตอบสนองความต้องการด้านจำนวนการซื้อได้ดีกว่า ส่วนราคาขายนั้น ราคาของ ELECTRA จำนวน 4 ของนั้น จะเท่ากับ HAKUBA พอดี คือ 120 บาท แต่การขายโดยบรรจุของ SILICA GEL จำนวน 4 ของลงในถุง 1 ถุง ของ HAKUBA ก็จะมีข้อดีทั้งด้านการประหยัดต้นทุนการผลิตต่อหนึ่งหน่วย แต่เมื่อสอบถามข้อมูลจากผู้ผลิตก็ได้เหตุผลว่า ELECTRA น่าจะมีต้นทุนที่ต่ำกว่าด้วยเหตุผลหลายอย่าง ทำให้สามารถแข่งขันในลักษณะการจำหน่ายเป็นของตัวเองได้

2. ถุงพลาสติกของ HAKUBA และ MARUMI ถูกวางซ้อนกันใต้อุโมงค์ ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับการวางของพลาสติกของ ELECTRA (เนื่องจากขนาดที่เล็กกว่าของช่อง การใช้พลาสติกใสที่หนากว่า เป็นของปิดผนึก ประกอบกับฉลากกระดาษด้านใน ทำให้ช่องของ ELECTRA มีลักษณะที่คงรูป อยู่ตัวมากกว่า) ใน DISPLAY PACKAGE รูปแบบของ ELECTRA น่าจะดูเป็นระเบียบ สวยงาม และส่งเสริมการขายได้ดีกว่า หากได้รับการออกแบบที่ดี

10. สายสะพายกล้อง (SHOULDER STRAP)


ปัญหาด้านการสื่อสารและการส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>10.1 ต้องการการให้ข้อมูล และแสดงความแตกต่าง ระหว่างสายสะพายกล้องทั้ง 3 ประเภท ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าใจความแตกต่างของแต่ละผลิตภัณฑ์โดยง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สำหรับสายสะพายกล้องในรุ่น ELASTIC ซึ่งมีราคาสูงกว่าสายสะพายรุ่นธรรมดา ถึง 2 เท่า และต้องการการสื่อสารเป็นพิเศษ</p>	<p>10.1 อาจออกแบบกราฟิก เพื่อแสดงความแตกต่าง ระหว่างประเภท ให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ผู้ใช้</p> 
<p>10.2 โครงสร้าง และกราฟิก ขาดความโดดเด่น การดึงดูด และการสร้างความประทับใจต่อตัวผลิตภัณฑ์ โดยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ซึ่งสินค้า และบรรจุภัณฑ์มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ผู้ใช้อาจตัดสินใจซื้อจากรูปแบบสินค้าที่ชอบ จาก BRAND หรือราคา</p>	<p>10.2 อาจออกแบบวิธีการจัดเก็บ โครงสร้าง และกราฟิกซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่น สร้างความเชื่อถือ ประทับใจ ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ โดยอาจออกแบบให้ผู้ใช้สัมผัสผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง และทดลองสวมได้</p>  <p>BLISTER PACK บรรจุสายสะพายทั่วไป</p> <p>แนวทางการออกแบบใหม่ซึ่งต้องการความแตกต่าง อีกทั้งยังให้ผู้ใช้สัมผัส และทดลองสินค้าได้เสีย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. กระเป๋าคาดเอว สำหรับใส่อุปกรณ์ถ่ายภาพ (ACCESSORIES BAG) 1

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทั้งสองมีปัญหาและแนวทางการแก้ปัญหาที่เหมือนกัน จึงขอกล่าวรวมกันดังนี้

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>11.1 ตัวผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็ก เมื่อเปรียบเทียบกับกระเป๋ากล้อง SLR หากนำไปวางรวมกัน จะถูกกลืนด้วยสภาพแวดล้อมรอบข้าง</p>	<p>11.1 อาจออกแบบให้มีการห่อหุ้มยึดผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่สามารถตั้งและแขวนได้ โดยคำนึงถึงการให้ผู้ซื้อสัมผัสผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง และสามารถดึงตัวผลิตภัณฑ์ออกมาจากป้ายแขวนเพื่อดูและทดลองใช้ ตลอดจนจับเก็บโดยง่าย ส่วนพื้นที่บนกระดาด สามารถสื่อภาพพจน์และคุณสมบัติอื่นเกิดจากการใช้ตัวผลิตภัณฑ์</p> <div style="text-align: center;">  <p>ACCESSORIES BAG</p> </div> <p>11.2 อาจออกแบบให้มี HANG TAG ซึ่งนอกจากจะใช้บอกราคา และให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น วัสดุที่ใช้ แล้วยังเกิดความสวยงามด้วย</p>

เปรียบเทียบคู่แข่ง

1. HAKUBA ผลิตภัณฑ์ถูกบรรจุในถุงพลาสติกใส โดยสามารถเปิด-ปิด แถบกาบด้านหลัง เพื่อดูสินค้าได้
2. DOMKE ผลิตภัณฑ์ถูกบรรจุในถุงพลาสติก ใช้ STAPLE ในการเย็บติดกับแผ่นป้ายด้านบน ทำให้ไม่สามารถสัมผัส ทดลองสินค้าได้ แต่มีจุดขายอยู่ที่ BRAND คือ DOMKE

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

12. กระเป๋าใส่เลนส์ (LENS POUCH)

ปัญหาทางการอำนวยความสะดวก และการส่งเสริมการขาย (CONVENIENCE & PROMOTION)

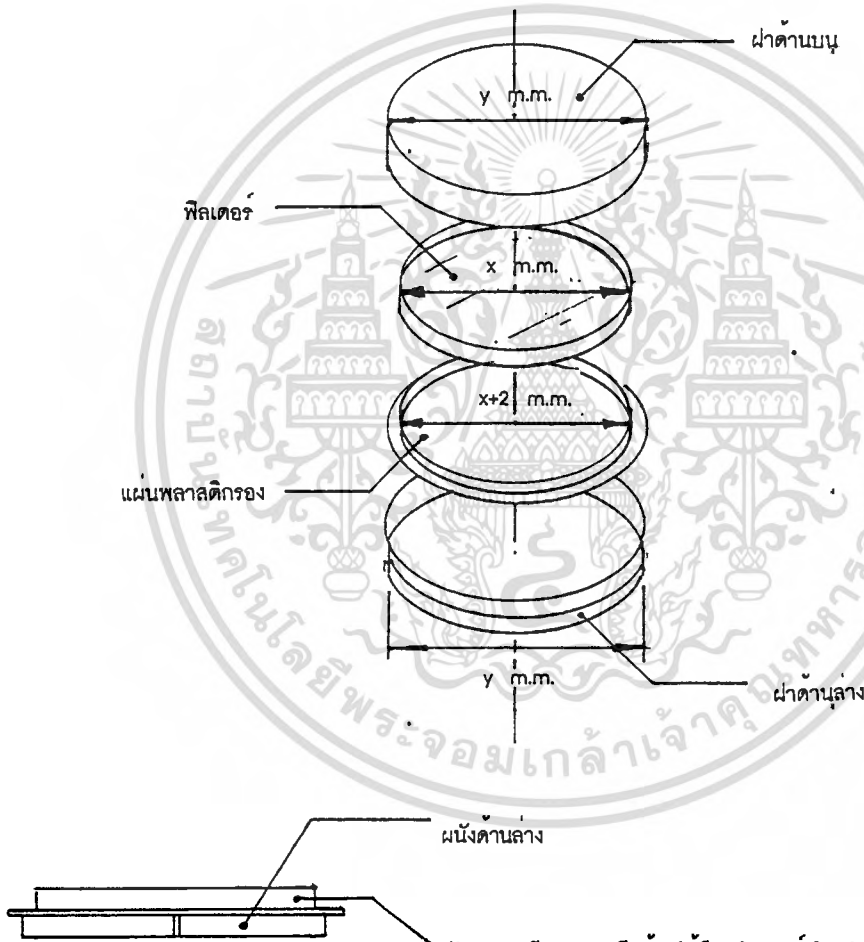
ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>12.1 ผลิตภัณฑ์ถูกบรรจุมาในถุงพลาสติกใส ใช้ STAPLE ในการเย็บติดกับแผ่นกระดาษ ด้านบน ทำให้ไม่สามารถสัมผัส ทดลองใช้ได้</p> 	<p>12.1 ออกแบบให้มีการยึดติดกับแผ่นป้ายด้านหลัง โดยคำนึงถึงการให้ผู้ซื้อสามารถสัมผัสผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง และมีส่วนที่ใช้ในการแขวน และอาจออกแบบให้มี HANG TAG ซึ่งนอกจากจะใช้บอกราคา และให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น วัสดุที่ใช้ และยังสามารถสร้างความสวยงามด้วย</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

13. ฟิวเตอร์ (FILTER)

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำมาเสริมในโครงการออกแบบ จึงขออธิบายรูปแบบเพื่อการเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสีย จากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง โดยรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ FILTER แบบวงแหวนที่พบในตลาดจะมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ

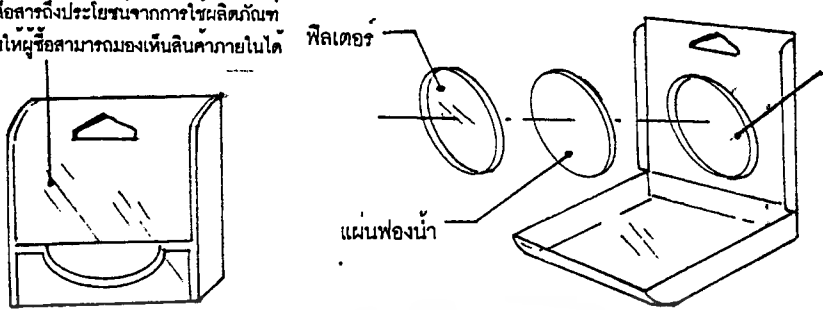
1. FILTER บรรจุในกล่องพลาสติกวงกลม ใช้ฝาเกลียวในการล็อก โดยภายในอาจใช้แผ่นฟองน้ำที่มีความหนาเล็กน้อย หรือแผ่นรองพลาสติก ซึ่งมีขาที่ยึดหยุ่นในการดัน FILTER ให้แน่นสนิทกับฝาภายใน ป้องกันการเคลื่อนที่ของ FILTER ภายใน จากนั้น จึงบรรจุในกล่องกระดาษ (SECONDARY PACKAGE) อีกที



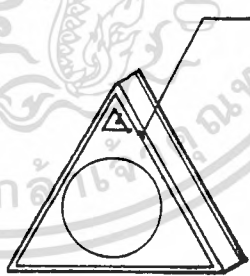
สัณวงกลมมีความสูงเล็กน้อยใช้ล็อกฟิวเตอร์ โดยฟิวเตอร์แต่ละขนาดก็จะมีแผ่นพลาสติกรองที่มีสัณวงกลม เส้นผ่านศูนย์กลางใหญ่กว่าเส้นผ่านศูนย์กลางของฟิวเตอร์เล็กน้อย โดยสัณที่มีลักษณะวงกลมนี้ใช้ในการล็อกฟิวเตอร์ฝาด้านล่างนี้มีลักษณะที่บางมาก จึงมีความยืดหยุ่น ซึ่งความสูงของฟิวเตอร์เมื่อวางลงในแผ่นพลาสติกรองจะสูงกว่าภายในกล่องฟิวเตอร์เล็กน้อย ดังนั้นเมื่อปิดฝากล่องลง ฝากล่องจะบีบให้ฝาด้านล่างยุบตัวลง แผ่นรองพลาสติกจึงดันฟิวเตอร์กลับไปติดแน่นกับฝาด้านบน ซึ่งเป็นการล็อกฟิวเตอร์ไม่ให้เคลื่อนไหวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. กล่องพลาสติกของ HOYA เปิด-ปิด ได้ โดยใช้การล็อค ด้านหน้าเป็นพลาสติกใสมีฉลากแปะอยู่ด้านใน เว้นพื้นที่ให้สามารถมองเห็น FILTER ด้านในได้ โดยตัวกล่องสามารถตั้งและแขวนได้ ภายในมีการใช้แผ่นฟองน้ำในการดัน FILTER ให้แน่นสนิทกับฝา ป้องกันการเคลื่อนที่

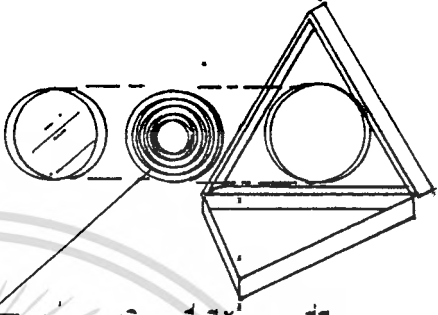
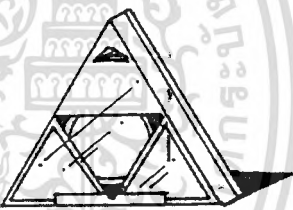
ฉลากด้านในสื่อสารถึงประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์ และเจาะช่องให้ผู้ซื้อสามารถมองเห็นสินค้าภายในได้



จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 แบบ จะเห็นได้ว่ากล่องพลาสติกของ HOYA จะมีข้อดีในหลายด้าน แต่ก็มีปัญหา ซึ่งอาจพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>13.1 จากการที่ผิวหน้าของกล่องมีลักษณะเรียบเท่ากันหมด ดังนั้น พื้นที่ผิวหน้าจึงมีการสัมผัส และเกิดรอยขีดข่วนขึ้นได้ทั้งในขณะขนส่ง จัดเก็บ และวางจำหน่าย</p>	<p>13.1 อาจออกแบบให้มีสันด้านข้างที่มีความสูงเพิ่มขึ้นมาเล็กน้อย ทำให้พื้นที่ด้านหน้าลดการสัมผัส และเกิดรอยขีดข่วนน้อยลง (หลักการเดียวกับกล่องเทป)</p> 
<p>13.2 เกิดการสั่นเปลือ่งในการฉีดพลาสติกในส่วนฝาด้านหลัง ให้ภายในมีช่องวงกลมที่มีขนาดต่าง ๆ กัน ให้พอดีกับเส้นผ่าศูนย์กลาง FILTER ขนาดต่าง ๆ</p>	<p>13.2 อาจออกแบบโดยใช้ฝาด้านหลังที่ภายในมีช่องวงกลมที่มีเส้นผ่าศูนย์กลางเท่ากับเส้นผ่าศูนย์กลางของ FILTER ที่ใหญ่ที่สุด และเปลี่ยนจากการใช้ฟองน้ำ มาเป็นแผ่นพลาสติกรองที่มีสันเป็นวงกลม เส้นผ่าศูนย์กลางต่าง ๆ</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

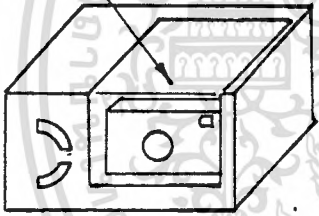
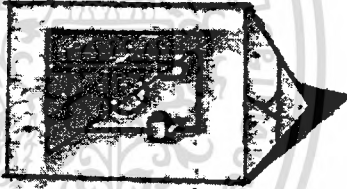
ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา (ต่อ)
	<p>โดยมีด้านหลังเป็นขาที่มีลักษณะเป็นแผ่นบาง มีความยืดหยุ่นในการบีบกด ทำให้อาจใช้ฝาหลัง และแผ่นพลาสติกกรองแผ่นเดียวกับ FILTER ขนาดต่าง ๆ ได้</p>  <p>แผ่นพลาสติกกรองซึ่งมีสัณฐานกลมที่มีความสูงเล็กน้อยหลาย ๆ ขนาดเพื่อใช้ลึอกฟิลเตอร์ขนาดต่าง ๆ กัน โดยความสูงของล้นนี้จะน้อยกว่าความสูงจากเลนส์บนฟิลเตอร์ถึงวงแหวนด้านนอก ดังนั้นฟิลเตอร์จึงไม่ได้รับอันตรายจากล้นต่าง ๆ เหล่านี้แต่อย่างใด</p> 

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. ชุดกล้องคอมแพ็ค EXTREME COLORFUL และ BASIC (EXTREME, COLORFUL AND BASIC COMPACT CAMERA SET)

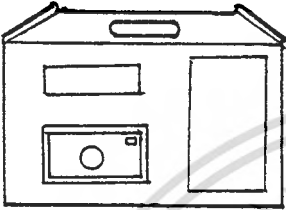
เนื่องจากลักษณะการจำหน่ายเดิม เป็นการขายแต่เพียงตัวกล้อง แต่ด้วยเหตุผลการจัดชุดเพื่อจำหน่ายที่ได้กล่าวมาแล้วในตอนต้น จึงขอชี้ปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาจากผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

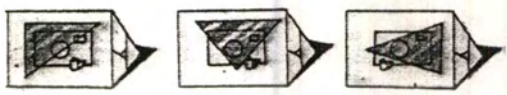
ปัญหาด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ (PROTECTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>14.1 บรรจุกัมพูชามีการเจาะ WINDOW มากเกินไป โดยในส่วนของ WINDOW ที่เป็นพลาสติกใสบาง มักจะเกิดการยับเสียหาย และอาจไม่แข็งแรงพอที่จะคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน</p> <p>มักจะเกิดการยับเสียหาย</p>  <p>KODAK PRO SERIES</p>	<p>14.1 อาจออกแบบให้มีส่วนใส่น้อยลง แสดงให้เห็นบางส่วนของผลิตภัณฑ์ หรือของสมนาคุณ โดยอาจใช้กราฟิกแสดงส่วนที่เหลือ หรือแสดงว่าบรรจุอะไรบ้าง</p> 
<p>14.2 บางสินค้าใช้โครงสร้างภายในเป็นกระดาษแข็งพับขึ้นรูป มีตัวล็อคชิ้นส่วนต่าง ๆ ซึ่งตัวล็อคบางตัว ไม่สามารถล็อคผลิตภัณฑ์ได้ดีพอ ทำให้หลุดออกมาไม่เป็นระเบียบ และอาจสูญหายได้</p>	<p>14.2 อาจออกแบบโดยใช้ถาดพลาสติก THERMO FORMING อาศัยความยืดหยุ่นของพลาสติก และออกแบบวิธีการล็อคชิ้นส่วนต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงความสะดวกในการบรรจุ ตลอดจนความสูงของชิ้นส่วนต่าง ๆ ที่ไหลพันถาด และช่องที่จะอำนวยความสะดวก ในการดึงชิ้นส่วนออกจากถาดด้วย</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก และการส่งเสริมการขาย (CONVENIENCE & PROMOTION)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>14.3 บรรจุภัณฑ์มีขนาดใหญ่กว่าตัวผลิตภัณฑ์มาก เสียพื้นที่ทั้งในการขนส่ง จัดเก็บ และจำหน่าย ซึ่งถือเป็น OVER PACKAGING ด้วย</p>  <p>KONICA POP EF 20</p>	<p>14.3 อาจออกแบบให้สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์โดยมีการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสม และคุ้มค่าที่สุด</p>
<p>14.4 เนื่องจากสินค้าทั้ง 3 ชุด มีกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน ถึงแม้จะมีช่วงกลุ่มเป้าหมายที่คาบเกี่ยวกันอยู่บ้าง แต่ก็เอื้อในการสื่อถึงกลุ่มเป้าหมายหลักของแต่ละชุดได้ และสินค้าต้องการการแยกแยะความแตกต่างของรุ่น ราคา รวมทั้งคุณสมบัติที่แตกต่างกันของแต่ละรุ่นด้วย</p>	<p>14.4 อาจออกแบบกราฟิกที่มีความแตกต่างเพื่อการสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายหลักของแต่ละชุดสินค้า เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - ใช้กราฟิกที่มีความสดใน แสดงภาพพจน์บรรยากาศการพักผ่อน ในชุด BASIC ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มบุคคลทั่วไป ไม่เฉพาะเจาะจง ไม่จำกัดเพศ และอายุ มีรายได้ปานกลาง ต้องการช้อปปิ้งที่มีคุณสมบัติพื้นฐานครบ - ใช้กราฟิกที่มีสีสันสดใส สนุกสนาน แสดงลักษณะชีวิตความสดใสของวัยรุ่น ในชุด COLORFUL ซึ่งตัวกล่องมี 4 สี และมีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มวัยรุ่น อายุ 15-20 ปี - ใช้กราฟิกที่มีความเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น แต่ยังคงภาพพจน์ความสนุกสนาน และบรรยากาศการพักผ่อน โดยอาจนำสีทองมาใช้ เพื่อสื่อคุณค่า และราคาที่สูงกว่า ในชุด EXTREME ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ นักศึกษา และกลุ่มคนวัยทำงานตอนต้น อายุ 18-25 ปี

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา (ต่อ)
	<p>โดยมีการออกแบบกราฟิกแสดงคุณสมบัติการทำงานของกล่องในแต่ละชุด ซึ่งง่ายต่อการเข้าใจอีกด้วย</p> 



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

15. กระเป๋าล้องกันน้ำ และกระเป๋าถ่ายภาพใต้น้ำ สำหรับกล้องคอมแพ็ค (ALL WEATHER POUCH AND UNDER WATER POUCH FOR COMPACT CAMERA)

เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 มีปัญหาและแนวทางแก้ปัญหาที่เหมือนกัน จึงจะขอกล่าวรวมกันดังนี้

ปัญหาด้านการอำนวยความสะดวก (CONVENIENCE)

ปัญหา / เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
<p>15.1 กระเป๋าป้องกันน้ำ และกระเป๋าถ่ายภาพใต้น้ำ สำหรับกล้องคอมแพ็ค มีหูที่ใช้แขวนใน 2 ทิศทาง สร้างความลำบาก และหากแขวนในทิศทางที่ตรงกับแนวการสไลด์ กล้องด้านในอาจเลื่อนหลุดออกมาได้</p>  <p>ภาพแสดงหูที่ใช้แขวนทาง ด้านหลังของกล้อง</p>	<p>15.1 อาจออกแบบให้ตัวกล้อง มีหูที่ใช้แขวนในตัว และมีการป้องกันไม่ให้ของพลาสติกไสเลื่อนลงมาเลยตัวกล้อง หรือหลุดลงมาได้</p> 

ปัญหาด้านการสื่อความ และการส่งเสริมการขาย (PROMOTION)

ปัญหา/เงื่อนไขความต้องการ	แนวทางแก้ปัญหา
15.2 ผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ ในสภาวะที่เกี่ยวข้องกับน้ำ หรือความเปียกชื้น ในการเดินทาง ท่องเที่ยว ตัวบรรจุภัณฑ์จึงควรถ่ายทอดภาพพจน์ ความสนุกสนาน บรรยากาศการใช้งาน ซึ่งถือเป็นหัวใจของตัวผลิตภัณฑ์	15.2 อาจออกแบบกราฟิกแสดงภาพพจน์ ความสนุกสนาน บรรยากาศการใช้งานของผลิตภัณฑ์ สร้างคุณค่าและความประทับใจแก่ตัวผลิตภัณฑ์
15.3 ผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ต้องการสื่อถึงความแตกต่างทั้งคุณสมบัติ และลักษณะการใช้งาน เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง	15.3 อาจออกแบบกราฟิกที่แสดงความแตกต่างของทั้ง 2 ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัญหาทางกราฟิกบรรจุกัณฑ์ของผลิตภัณฑ์โดยรวม และแนวทางแก้ปัญหา

ปัญหา บรรจุกัณฑ์โดยรวมของ ELECTRA ยังขาดคุณสมบัติทางกราฟิกที่จำเป็นดังต่อไปนี้

1. บุคลิกพิเศษของผลิตภัณฑ์ (BRAND PERSONALITY)
2. การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (IMPACT)
3. การแสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
4. ความเป็นเอกลักษณ์ร่วม (CORPORATE IDENTITY) และ
5. การสร้างภาพพจน์ต่อตราสินค้า (BRAND IMAGE) เพื่อช่วยในการจดจำผลิตภัณฑ์ (BRAND AWARENESS)

แนวทางแก้ปัญหา คาดว่าจะออกแบบบรรจุกัณฑ์ให้มีกราฟิกแสดงคุณสมบัติต่าง ๆ เหล่านี้ครบถ้วน

ปัญหาทางการส่งเสริมการขายสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์กล้องคอมแพ็ค และแนวทางแก้ปัญหา

ปัญหา ภายใต้อาณัติการแข่งขันที่รุนแรงในปัจจุบัน จากการสำรวจพบว่า โดยทั่วไปแล้ว กล้องถ่ายภาพคอมแพ็ค เพื่อการถ่ายภาพในระดับมือสมัครเล่นนั้น มีราคาและคุณภาพใกล้เคียงกันมาก แต่ผู้บริโภคยังคงติดอยู่กับตราหรือยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่ครองตลาดอยู่ ได้แก่ KODAK และ FUJI ซึ่งบทบาทของบรรจุกัณฑ์ในการสร้างแรงจูงใจเพียงลำพังอาจจะไม่เพียงพอ เนื่องจากแทบทุกยี่ห้อสินค้าก็มีการแข่งขันในลักษณะนี้เช่นกัน

แนวทางแก้ปัญหา รูปแบบกลยุทธ์ทางการตลาดอีกอย่างหนึ่ง อาจนำมาใช้ได้ คือการใช้สื่อโฆษณา ณ จุดขาย เพื่อสร้างเสริมภาพพจน์ สร้างพลังในการดึงดูด และสร้างความประทับใจต่อกลุ่มสินค้ากล้องคอมแพ็ค ส่งเสริมการขาย โดยอาจออกแบบให้มีคุณสมบัติดังนี้

ขอบเขตของโครงการด้านคุณภาพ

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.1 คาดว่าจะออกแบบกล่องบรรจุกระดาษเช็ดเลนส์ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองกระดาษเช็ดเลนส์ ป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดจากความไม่เรียบร้อยของกระดาษ ขณะเลื่อนเปิด-ปิดกล่อง
2. มีวิธีการใช้งานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว
3. มีกราฟิกสื่อความถึงวิธีการใช้งานอย่างถูกต้อง
4. สามารถพับขึ้นรูปง่าย
5. สามารถประหยัดกระดาษ โดยออกแบบให้มีการใช้อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า
6. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน
7. มีรายละเอียด ข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องสื่อครบถ้วน

1.2 คาดว่าจะออกแบบกล่อง DISPLAY PACK ของกระดาษเช็ดเลนส์ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถบรรจุกล่องกระดาษเช็ดเลนส์ได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว
2. สามารถคุ้มครองสินค้าภายในขณะขนส่งได้ดี
3. สามารถปรับเปลี่ยนเป็น DISPLAY PACK ได้โดยไม่ยุ่งยากนัก
4. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน
5. มีรูปแบบและกราฟิกที่ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน

1.3 คาดว่าจะออกแบบขวดบรรจุน้ำยาเช็ดเลนส์ และขวดบรรจุน้ำยาเช็ดตัวกล่อง ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
2. ออกแบบให้ฝ่ามีการใช้งานที่สะดวก และป้องกันการรั่วซึมของน้ำยาได้ดี
3. อำนวยความสะดวกในการมองเห็นปริมาณน้ำยาภายใน
4. อำนวยความสะดวกในการหยิบจับใช้งาน และจัดเก็บ
5. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน
6. มีลักษณะทางกราฟิก หรือมี COLOR CODE เพื่อแยกแยะความแตกต่างระหว่างน้ำยาเช็ดเลนส์ และน้ำยาเช็ดตัวกล่องอย่างชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับตัวเป่าทำความสะอาด ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถตั้งและแขวนได้
2. สามารถจัดเก็บสินค้าภายในได้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย โดยมีการล็อกสินค้าภายในไม่ให้ล้มเอียงได้
3. สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี
4. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน
5. มีลักษณะทางกราฟิก หรือมี COLOR CODE เพื่อแยกความแตกต่างระหว่างตัวเป่าทำความสะอาด แบบ HURRICANE BLOWER และ BLOWER BRUSHES

1.5 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับชุดทำความสะอาด ชุดเล็กและชุดใหญ่ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. ภาชนะ THERMO FORM ภายใน อำนวยความสะดวกในการบรรจุชิ้นส่วนต่าง ๆ และมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บ ล็อกชิ้นส่วนต่าง ๆ ภายใน
2. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
3. บรรจุภัณฑ์สามารถตั้งและแขวนได้ โดยมีความสมดุลย์ขณะแขวนด้วย
4. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน
5. บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ภายในได้ดีภายหลังการใช้งาน เพื่อการใช้งานในครั้งต่อไป

1.6 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับเครื่องดูดฝุ่นอุปกรณ์ถ่ายภาพ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. ภาชนะ THERMO FORM ภายใน อำนวยความสะดวกในการบรรจุชิ้นส่วนต่าง ๆ และมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บ ล็อกชิ้นส่วนต่าง ๆ ภายใน
2. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
3. บรรจุภัณฑ์สามารถตั้งและแขวนได้ โดยมีความสมดุล ขณะแขวนด้วย
4. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน
5. บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ภายในได้ดีภายหลังการใช้งาน เพื่อการใช้งานในครั้งต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับชุดทำความสะอาด ชุดพิเศษ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถพับเข้าหากันเพื่อประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง และจัดเก็บ โดยสามารถเปิดออก DISPLAY ขณะวางจำหน่ายได้
2. มีหูหิ้วอำนวยความสะดวก
3. ภาต THERMO FORM ภายใน อำนวยความสะดวกในการบรรจุชิ้นส่วนต่าง ๆ และมีประสิทธิภาพในการจัดเก็บ ล็อคชิ้นส่วนต่าง ๆ ภายใน
4. บรรจุภัณฑ์สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี
5. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน
6. บรรจุภัณฑ์สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ภายในได้ดีภายหลังการใช้งาน เพื่อการใช้งานในครั้งต่อไป

1.8 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสเปรย์ทำความสะอาด ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถป้องกันการเปิดก่อนการจำหน่าย
2. สามารถสื่อความหมายถึงลักษณะและประเภทของผลิตภัณฑ์
3. สามารถสื่อความหมายข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการครบถ้วน
4. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน
5. มีข้อความหรือกราฟิกแสดงวิธีการใช้งานอยู่บนบรรจุภัณฑ์

1.9 คาดว่าจะออกแบบซองสำหรับสารดูดความชื้น ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. มีการสื่อถึงคุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์ คือ การใช้ซองพลาสติกปิดผนึก (PRIMARY PACKAGE) บรรจุสารดูดความชื้น แทนการใช้กระดาษ
2. ฉลากด้านหน้าสามารถสื่อความหมาย ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ได้ดี และอาจมีการเจาะช่องเพื่อให้มองเห็นสินค้าภายในได้
3. ฉลากด้านหลังมีกราฟิก หรือข้อความแสดงวิธีการใช้งาน
4. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน

1.10 คาดว่าจะออกแบบ DISPLAY PACK ของซองสารดูดความชื้น ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถบรรจุของสารดูดความชื้นได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว
2. สามารถคุ้มครองสินค้าภายในระหว่างการขนส่งได้ดี
3. มีรูปแบบและกราฟิกที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.11 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสายสะพายกล้อง ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. นำเสนอรูปแบบใหม่ในการใช้งาน โดยสามารถดึงสายสะพายออกจากบรรจุภัณฑ์ และทดลองสวม โดยมีความรู้สึกคล้ายกับการใช้งานจริง ตลอดจนสามารถจัดเก็บได้ง่าย
2. นำเสนอแนวคิดการให้ผู้บริโภคสามารถสัมผัสผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง แต่หากวิเคราะห์แล้วเห็นว่ามีความจำเป็น ในเรื่องการป้องกันฝุ่นมากกว่า ก็อาจออกแบบโดยใช้โครงสร้างตามที่กล่าวมาแล้วในข้อ 1 ซึ่งยังอำนวยความสะดวกในการทดลองสวม จากนั้นจึงบรรจุใน BLISTER PACK อีกที (ดูภาพประกอบ ได้จากปัญหาและแนวทางแก้ปัญหา ข้อ 10.2)
3. สามารถสื่อภาพพจน์ และลักษณะของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการใช้งาน จากรูปแบบการจัดเก็บในบรรจุภัณฑ์
4. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์แสดงความแตกต่างของสายสะพายทั้ง 3 ประเภทชัดเจน โดยเฉพาะในกลุ่ม ELASTIC ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษ คือ ความยืดหยุ่น ให้ความสบายในการใช้งาน
5. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน

1.12 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกระเป๋าคาดเอวใส่อุปกรณ์ถ่ายภาพ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถสัมผัสผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง และดึงตัวผลิตภัณฑ์ออกมาจากป้ายแขวน เพื่อดูและทดลองใช้ ตลอดจนจัดเก็บได้ง่าย
2. สามารถดึงและแขวนได้
3. สามารถสื่อภาพพจน์ คุณประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ได้ดี
4. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน

1.13 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกระเป๋าใส่เลนส์ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถสัมผัสผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง และดึงตัวผลิตภัณฑ์ออกมาจากป้ายแขวน เพื่อดูและทดลองใช้ ตลอดจนจัดเก็บได้ง่าย
2. สามารถสื่อภาพพจน์ คุณประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์ได้ดี
3. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใน BRAND เดียวกัน

1.14 คาดว่าจะออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับฟิลเตอร์ ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบ ลักษณะเฉพาะ ที่ดึงดูดความสนใจได้ดี
2. สามารถมองเห็นสินค้าจริงภายในบรรจุภัณฑ์ได้
3. สามารถตั้งและแขวนได้
4. มีการป้องกันและลดรอยขีดข่วนบนผิวหน้ากล่อง โดยอาจออกแบบให้มีชั้นบุ
เล็กน้อยบริเวณด้านข้างที่ด้านหน้ากล่อง (หลักการเดียวกับกล่องเทป)
5. ออกแบบแผ่นพลาสติกที่มีล้นวงกลมภายในหลาย ๆ ขนาด ในการลือคฟิลเตอร์ขนาด
ต่าง ๆ กัน โดยพลาสติกแผ่นนี้มีโครงสร้างที่จะช่วยในการดันฟิลเตอร์ให้แน่นกับฝาด้าน
หน้าภายในกล่องแทนการใช้ฟองน้ำ และเป็นการลดต้นทุนในกาการผลิตภายหลังสำหรับ
ฟิลเตอร์แต่ละขนาดอีกด้วย
6. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับสินค้าอื่น ๆ ภายใน BRAND เดียวกัน

2. ออกแบบสื่อโฆษณา ณ จุดขาย (P.O.P.)

2.1 คาดว่าจะออกแบบสื่อโฆษณา ณ จุดขาย สำหรับกล่องคอมแพ็ค ให้มีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถตั้งอยู่บนตู้โชว์ โดยมีขนาดที่เหมาะสม
2. สามารถวางสินค้า กล่องคอมแพ็ค รุ่น C-700 C-505 และ C-500 ได้
3. ส่งเสริมภาพพจน์รวมของสินค้า มีพลังในการดึงดูด และสร้างความประทับใจ
4. สามารถสื่อสารถึงลักษณะเฉพาะของกล่องแต่ละรุ่น ตลอดจนระดับราคาที่แตกต่างกัน
5. สามารถประกอบ และพับเก็บได้
6. ในกรณีที่สถานที่จำหน่าย ไม่มีพื้นที่บนตู้โชว์ในการวาง COUNTER TOP P.O.P. ก็
สามารถแยกส่วนเป็น P.O.P. สำหรับกล่องแต่ละตัว โดยมีลักษณะเป็นฐานวางกล่อง
เพื่อการตั้งโชว์ภายในตู้ หรือบนชั้นขายสินค้าได้
7. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับสินค้าอื่น ๆ ภายใน BRAND เดียวกัน

2.2 คาดว่าจะออกแบบสื่อโฆษณา ณ จุดขาย (FLOOR P.O.P.) สำหรับผลิตภัณฑ์การถ่ายภาพ
ELECTRA ในช่วงโฆษณาแนะนำการเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีคุณลักษณะดังต่อไปนี้

1. สามารถวางและแขวนสินค้าที่อยู่ในโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดได้ โดยมีการ
จัดแบ่งหมวดหมู่ เป็นระเบียบ สวยงาม
2. โครงสร้างมีความแข็งแรง สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี
3. สามารถส่งเสริมภาพพจน์รวมของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


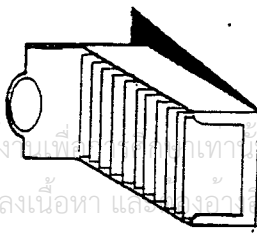
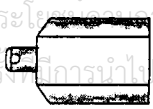
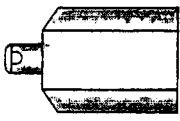
4. สามารถประกอบ และพับเก็บได้

5. มีความเป็น CORPORATE IDENTITY กับสินค้าอื่น ๆ ภายใน BRAND เดียวกัน

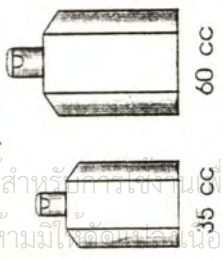
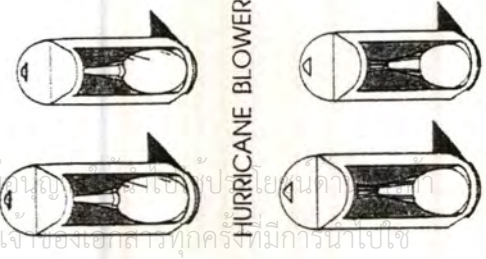


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

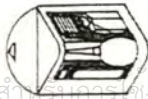
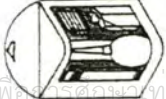

สรุปขอบเขตโครงการตามปริมาณ

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ		
1. กระดาษเช็ดเลนส์ CLEANING PAPER  	—	50 แผ่น	primary package	กล่องกระดาษ	1. โครงสร้าง 2. ออกแบบ ✓ 3. ออกแบบอิเล็กทรอนิกส์ ✓ 4. ออกแบบเอกลักษณ์รวม ✓	1. โครงสร้าง 2. ขนาด ✓ 3. กราฟฟิกหลัก ✓ 4. กราฟฟิกรวม ✓
	—	—	—	secondary display package	กล่องกระดาษ Folding Carton	1. โครงสร้าง ✓ 2. ออกแบบ ✓ 3. ออกแบบอิเล็กทรอนิกส์ ✓ 4. ออกแบบเอกลักษณ์รวม ✓
2. น้ำยาเช็ดเลนส์ LENS CLEANING SOLUTION  	—	—	primary package	ขวด	1. โครงสร้าง ✓ 2. ออกแบบ ✓ 3. ออกแบบอิเล็กทรอนิกส์ ✓ 4. ออกแบบเอกลักษณ์รวม ✓	1. โครงสร้าง ✓ 2. ขนาด ✓ 3. กราฟฟิกหลัก ✓ 4. กราฟฟิกรวม ✓
	—	—	—	—	—	—

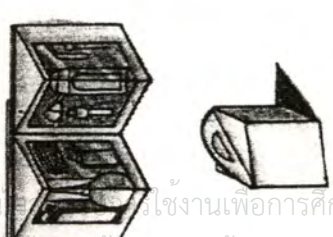
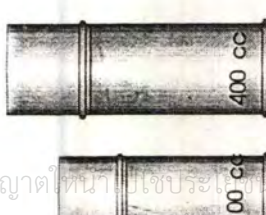
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น หากพบข้อผิดพลาดหรือข้อสงสัย กรุณาแจ้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	โครงสร้าง	...
3. น้ำยาดัดตัวกลอง BODY OIL 	-	35 cc 60 cc	ขั้น primary package	ขวด	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input checked="" type="checkbox"/> promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/>	1...โครงสร้าง 2...ขนาด
4. หลอดตวงน้ำทำความสะอาด 	-HURRICANE BLOWER -BLOWER BRUSHES	1 ลิตร	ขั้น primary package	กล่องกระดาษ ไซแนพลาสติค โสไลด์มกบิต	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input checked="" type="checkbox"/> promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/>	2...โครงสร้าง 3...ขนาด
						กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/>	1...กราฟฟิกหลัก 2...กราฟฟิกร่วม

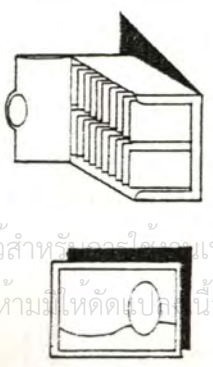
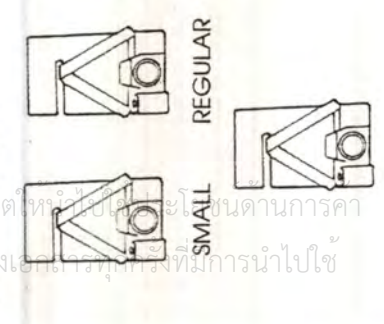
เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการเรียนการสอน ไม่ควรเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต
 ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้นว่าห้ามมิให้ต่อมคอ.เนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรรมาไป

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน	
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	โครงสร้าง	ลักษณะงานออกแบบ	
5. ชุดทำความสะอาด CLEANING SET  SMALL  BIG	สูตร	1 ชุด	primary package	ภาตพลาสติก thermo forming	✓ containment ✓ protection ✓ convenience promotion	โครงสร้าง กราฟฟิค	มาตรฐาน ✓ ออกแบบ ออกแบบอิสระ ✓ ออกแบบเอกลักษณ์รวม	2...โครงสร้าง 2...ขนาด ...กราฟฟิคหลัก ...กราฟฟิครวม
6. เครื่องดูดฝุ่นสำหรับกลอง และ อุปกรณ์ (VACUUM CLEANER) 	-	1 ชุด	primary package	ภาตพลาสติก thermoforming	✓ containment ✓ protection ✓ convenience promotion	โครงสร้าง กราฟฟิค	มาตรฐาน ✓ ออกแบบ ออกแบบอิสระ ✓ ออกแบบเอกลักษณ์รวม	1...โครงสร้าง 1...ขนาด 1...กราฟฟิคหลัก 2...กราฟฟิครวม
			secondary package	กล่องกระดาษ เจาะซองติดฟิล์ม	✓ containment ✓ protection ✓ convenience promotion	โครงสร้าง กราฟฟิค	มาตรฐาน ✓ ออกแบบ ออกแบบอิสระ ✓ ออกแบบเอกลักษณ์รวม	1...โครงสร้าง 1...ขนาด 1...กราฟฟิคหลัก ...กราฟฟิครวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่ความลับสำหรับการแข่งขันเพื่อรับค่างาน ไม่อนุญาตให้นำไปใช้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ยกเว้นหากท่านมีเหตุเปลี่ยนแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์		ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	โครงสร้าง	
7. ชุดทำความสะอาด ชุดพิเศษ (SPACIAL CLEANING SET) 	-	1 ชุด	primary package	ภาชนะพลาสติก thermoforming	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/>	..1...โครงสร้าง ..1...ขนาด !...กราฟฟิกหลัก !...กราฟฟิกเสริม
8. สเปรย์ทำความสะอาด CLEANING SPRAY 	-	100 cc 400 cc	primary package	กระป๋องสเปรย์	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience promotion	โครงสร้าง <input checked="" type="checkbox"/> กราฟฟิก <input checked="" type="checkbox"/>	..1...โครงสร้าง ..2...ขนาด !...กราฟฟิกหลัก !...กราฟฟิกเสริม

สรุปขอบเขตโครงการตามปริมาณ

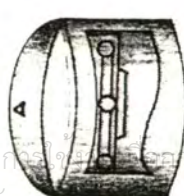
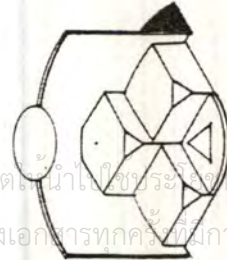
รายการผลิตภัณฑ์		ขนาดบรรจุ		ประเภทบรรจุภัณฑ์		ปริมาณงาน		
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
<p>9.สารดูดความชื้น (SILICA GEL)</p> 	-		primary package	ซอง	<ul style="list-style-type: none"> ✓ containment ✓ protection ✓ convenience ✓ promotion 	<p>✓ มาตรฐาน ออกแบบ</p> <p>✓ ออกแบบอิสระ ออกแบบเอกลักษณ์รวม</p> <p>✓ มาตรฐาน ออกแบบ</p> <p>✓ ออกแบบอิสระ ออกแบบเอกลักษณ์รวม</p>	<p>✓ มาตรฐาน ออกแบบ</p> <p>✓ ออกแบบอิสระ ออกแบบเอกลักษณ์รวม</p>	<p>1...โครงการขนาด</p> <p>1...กราฟฟิคหลักกราฟฟิคกรวม</p> <p>1...โครงการ 1...ขนาด</p> <p>1...กราฟฟิคหลักกราฟฟิคกรวม</p>
<p>10.สายสะพายกลอง SHOULDER STRAP</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - SMALL - REGULAR - ELASTIC 		primary package	blister packaging	<ul style="list-style-type: none"> ✓ containment ✓ protection ✓ convenience ✓ promotion 	<p>✓ มาตรฐาน ออกแบบ</p>	<p>✓ มาตรฐาน ออกแบบ</p>	<p>1...โครงการ 1...ขนาด</p> <p>1...กราฟฟิคหลักกราฟฟิคกรวม</p>

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน	
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	โครงสร้าง	ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
11. กระเป๋าคาดเอวสำหรับใส่อุปกรณ์ถ่ายภาพ ACCESSORIES BAG	-	1 ใบ	primary package	กระดาดพับกลับ มาลัดคานหลัง พร้อมเป็นที่ แขวน	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input checked="" type="checkbox"/> promotion	โครงสร้าง	<input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน ออกแบบ	1...โครงสร้าง 1...ขนาด
12. กระเป๋าใส่เลนส์ LENS POUCH	-	1 ใบ	primary package	blister packaging	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input checked="" type="checkbox"/> promotion	โครงสร้าง	<input checked="" type="checkbox"/> มาตรฐาน ออกแบบ	1...โครงสร้าง 1...ขนาด
13. ฟิลเตอร์ (FILTER)	- UV - SKYLIGHT - PL - FOG - SOFTON		primary package	plastic box	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input checked="" type="checkbox"/> promotion	กราฟฟิก	<input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์รวม	1...กราฟฟิกหลัก 5...กราฟฟิกรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านอื่น
 ไม่สามารถนำเอกสารนี้ไปออกพิมพ์หรือทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาตจากทางบริษัทฯ หากมีข้อสงสัยหรือต้องการข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อฝ่ายบริการลูกค้า โทร. 02-254-4000

รายการผลิตภัณฑ์			ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ	ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน			
14. ชุดกล้องคอมแพ็ค (COMPACT CAMERA) 	สู้ตร BUDDY - C405 - C505 - C705	1 ชุด primary package	ถาดพลาสติก thermo forming	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input type="checkbox"/> promotion	โครงสร้าง กราฟฟิก	มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์รวม	3... โครงสร้าง 3... ขนาด 1... กราฟฟิกหลัก 3... กราฟฟิกรวม
15. กระเป๋าป้องกันน้ำสำหรับกล้องคอมแพ็ค (ALL WEATHER POUCH FOR COMPACT CAMERA) 	-	1 ใบ primary package	กลอง กลอง	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input checked="" type="checkbox"/> promotion	โครงสร้าง กราฟฟิก	มาตรฐาน <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบ ออกแบบอิสระ <input checked="" type="checkbox"/> ออกแบบเอกลักษณ์รวม	1... โครงสร้าง 1... ขนาด 1... กราฟฟิกหลัก 3... กราฟฟิกรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์อื่นใด การค้า
 ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งนี้ผู้จัดทำมีให้ข้อมูลและต้องอ้างอิงจากเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายการผลิตภัณฑ์		ประเภทบรรจุภัณฑ์			ลักษณะงานออกแบบ		ปริมาณงาน
ผลิตภัณฑ์	สูตร	ขนาดบรรจุ	ชั้น	ชนิด/รูปแบบ	คุณภาพงาน	โครงสร้าง	
16. กระเป๋าทนน้ำสำหรับกล้องคอมแพ็ค UNDERWATER POUCH FOR COMPACT CAMERA 	-	1 ใบ	primary package	กล่อง	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input checked="" type="checkbox"/> promotion	โครงสร้าง 1...โครงสร้าง 1...ขนาด	ปริมาณงาน 1...กราฟฟิคหลัก 1...กราฟฟิครวม
17. P.O.P. กล้องคอมแพ็ค 	-	- กล้องรุ่น C-700 - กล้องรุ่น C-505 - กล้องรุ่น C-500	กระดาษลูกฟูก ฟับเป็นรูป	<input checked="" type="checkbox"/> containment <input checked="" type="checkbox"/> protection <input checked="" type="checkbox"/> convenience <input checked="" type="checkbox"/> promotion	โครงสร้าง 1...โครงสร้าง 1...ขนาด	ปริมาณงาน 1...กราฟฟิคหลัก 1...กราฟฟิครวม	ปริมาณงาน 1...โครงสร้าง 1...ขนาด

สรุป

โครงสร้างออกแบบ = 14' โครงสร้าง
 โครงสร้างมาตรฐาน = 4 โครงสร้าง
 กราฟฟิคหลัก = 15 กราฟฟิค
 จำนวนชิ้นงานรวม = 36. ชิ้น

แนวทางในการศึกษาวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ควบคุม และวิธีการใช้งาน
2. ศึกษาจุดดี และจุดด้อยของคู่แข่ง รวมทั้งผลิตภัณฑ์ข้างเคียง เพื่อสร้างเอกลักษณ์ และ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน
3. ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางการตลาด
4. ศึกษาพฤติกรรม และจิตวิทยา ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
5. ศึกษาเกี่ยวกับภาพประกอบ และการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
6. ศึกษาเรื่องขนาดสัดส่วนของร่างกายส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สัมพันธ์บรรจุภัณฑ์
7. ศึกษาข้อกำหนด และการแจ้งรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์
8. ศึกษาลักษณะการจัดจำหน่าย สถานที่ และสิ่งแวดล้อมในการจำหน่ายสินค้า
9. ศึกษาวัสดุ รวมทั้งศึกษาวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ (RECYCLE) เพื่อลดปัญหา มลภาวะ ชยะ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนศึกษากรรมวิธีการผลิต และระบบการพิมพ์ที่จะนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์
10. ศึกษาวิธีการบรรจุ ขนส่ง และการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์
11. ศึกษาเทคโนโลยีล่าสุด ตลอดจนข้อจำกัดต่าง ๆ ของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์ และ ระบบการพิมพ์
12. ศึกษาเกี่ยวกับต้นทุนการผลิต การบรรจุ และการขนส่ง
13. ศึกษาแนวโน้มทางการตลาด และรูปแบบความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ว่า จะเป็นไปในแนวทางใด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. บรรจุภัณฑ์ สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. บรรจุภัณฑ์ สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้สะดวก และรวดเร็ว
3. บรรจุภัณฑ์ สามารถอำนวยความสะดวกในการสื่อความ แยกแยะประเภทสินค้าได้ชัดเจน ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
4. บรรจุภัณฑ์ สามารถส่งเสริมการขาย สื่อความหมายเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ให้รายละเอียด แสดงจุดดี และข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ
5. บรรจุภัณฑ์ ช่วยสร้างเสริมคุณค่าผลิตภัณฑ์ สร้างภาพพจน์ที่ดี ตลอดจนความเชื่อถือ ทำให้เกิดการยอมรับจากผู้บริโภค
6. บรรจุภัณฑ์ สร้างเอกลักษณ์ ความโดดเด่น และความประทับใจต่อ BRAND ทำให้เกิดการจดจำ เพื่อการขยายฐานการตลาดต่อไป
7. บรรจุภัณฑ์ ยกระดับผลิตภัณฑ์ไทย ให้เป็นที่ยอมรับ และสามารถแข่งขันในเวทีตลาดโลก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 2

การค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูล และสรุปผล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2.1.1 ประวัติความเป็นมา

Logo สินค้า



ชื่อยี่ห้อ : อีเลคตรา (ELECTRA)

บริษัทเจ้าของสินค้า และผู้จัดจำหน่าย : ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอกศิลป์
อุตสาหกรรม

ประวัติความเป็นมา :

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอกศิลป์อุตสาหกรรม ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ.1965 โดยคุณสุ สุษวิทย์ เริ่มจากการมีพนักงานเพียงแค่ 2 คน ผลิตอัลบั้มรูปออกจำหน่าย ต่อมาหลังจากคุณอนุชา สุษวิทย์ สำเร็จการศึกษาทางด้านวิศวกรรมศาสตร์ จึงได้เข้ามาช่วยพัฒนาบริษัทอีกแรง เวลาผ่านไป เอกศิลป์อุตสาหกรรมเจริญเติบโตขึ้นเป็นลำดับ ขยายฐานการผลิตสินค้าเพิ่มขึ้นครอบคลุมการผลิตสินค้า 10 กลุ่มสินค้า โดยทั้งหมดล้วนเกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพ และในส่วนของ BRAND "ELECTRA" นั้นประกอบด้วย

- PHOTO ACCESSORIES ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ดูแลและทำความสะอาดอุปกรณ์ถ่ายภาพ, กระจ่างและสายสะพาย
- สายแฟลช สายซิงค์คุณภาพเกรด A
- อุปกรณ์ไฟร้อม
- PROFESSIONAL FLASH
- STUDIO EQUIPMENT ได้แก่ ขาตั้งขนาดใหญ่, ฉาก, โต๊ะถ่ายภาพ
- กล้อง COMPACT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

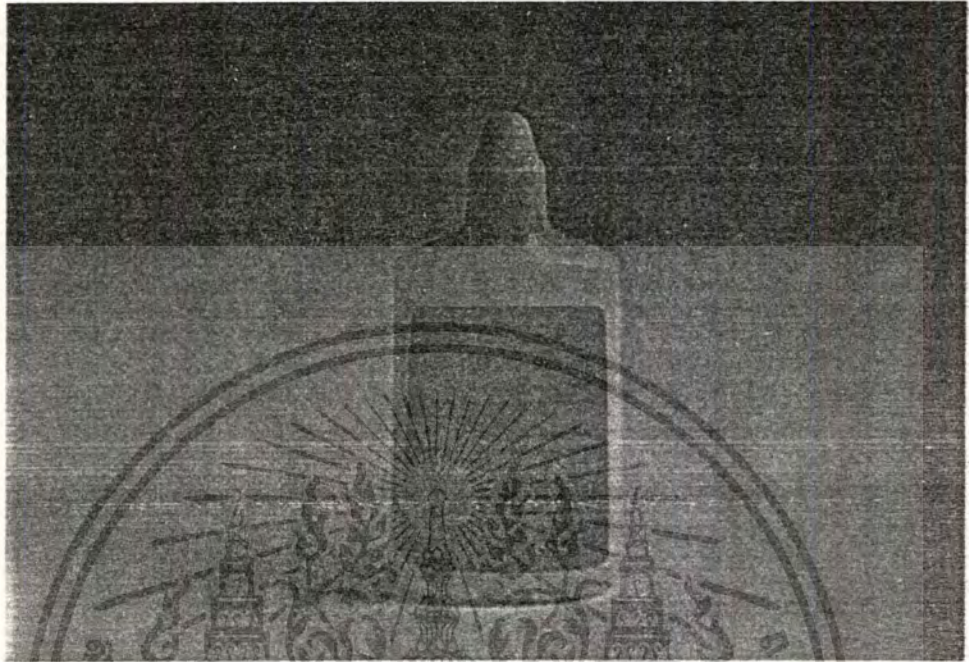
นอกจากนี้ยังคงผลิตอัลบั้มรูป และกรอบรูปโลหะภายใต้ BRAND ต่างๆ และยังมีแผนการผลิตกลุ่มสินค้าใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นอีกด้วย เช่น ร่วมกับ POLAROID ในการผลิตกล้องถ่ายรูปตัวน เป็นต้น

ในส่วนของธุรกิจการนำเข้านั้น นักถ่ายภาพทั่วไปคงจะรู้จักผลิตภัณฑ์ การถ่ายภาพภายใต้การนำเข้าและจัดจำหน่ายของเอกสิทธิ์ดี ไม่ว่าจะเป็น ขาดัง กล้อง Manfrotto, กล้อง FORMAT ใหญ่ BRONICA หรือจะเป็นสินค้าคุณภาพ อื่น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับกันดี

ห้างหุ้นส่วนจำกัด เอกสิทธิ์อุตสาหกรรม ผู้ผลิต จำหน่าย และส่งออก ผลิตภัณฑ์ ELECTRA เป็นบริษัทที่ก่อตั้งขึ้น และดำเนินงานโดยคนไทยทั้งหมด เป็น ผู้นำในการผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพ โดยใช้เครื่องจักรทันสมัย วัสดุดีชั้นดี ควบคุมคุณภาพอย่างเข้มงวด ครอบคลุมการผลิตอุปกรณ์การถ่ายภาพตั้งแต่อุปกรณ์ เสริมประกอบการใช้งาน กล้อง 35 mm. ไปจนถึงไฟแฟลชและอุปกรณ์การถ่ายภาพ ต่าง ๆ ในสตูดิโอ นอกจากนี้ยังมีการผลิตและส่งออกชิ้นส่วนต่าง ๆ ของอุปกรณ์ การถ่ายภาพ รวมทั้งมีการผลิตสินค้าภายใต้เครื่องหมายการค้าของผู้ผลิตอุปกรณ์ การถ่ายภาพที่มีชื่อเสียง เช่น HAMA, ROW I ของเยอรมัน DOT UNE, PRINZ ของอเมริกา TOKINA ของญี่ปุ่น และอื่น ๆ อีกมากมาย อีกทั้งยังมีแผนการขยาย การตลาดในหลาย ๆ ด้านอีกด้วย โดยบริษัทฯ มีจุดมุ่งหมายในการดำเนินธุรกิจ มิใช่เพียงเพื่อการผลิตและจำหน่ายภายในประเทศเท่านั้น แต่เพื่อแข่งขันในเวที ตลาดโลกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.2 น้ำยาเช็ดเลนส์ (LENS CLEANING SOLUTION)



หน้าที่ : ใช้ทำความสะอาดเลนส์ร่วมกับกระดาษเช็ดเลนส์ เพื่อขจัด
สิ่งสกปรกและรอยนิ้วมือบนเลนส์ รวมทั้ง FILTERS,
FINDER GLASSES, กล้องส่องทางไกล, แว่นตา และ
กล้องขยายดูภาพ ฯลฯ โดยไม่ทำลาย COAT ที่เคลือบ
เลนส์ไว้

ความถี่ในการซื้อใช้งาน : ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานของแต่ละบุคคล

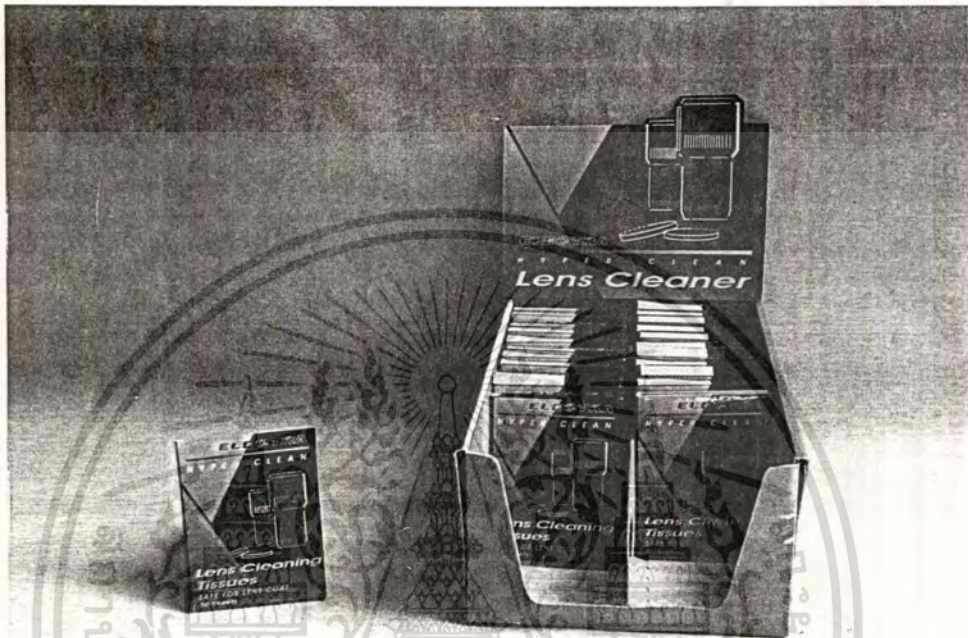
ปริมาตรสุทธิ : 35 cc. และ 60 cc.

ราคา : 80 , 135 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์

2.1.2.1 กระดาษเช็ดเลนส์ (LENS CLEANING PAPERS)



หน้าที่ : ใช้เช็ดทำความสะอาดเลนส์ และสามารถใช้น้ำยาเช็ดเลนส์ เพื่อขจัดสิ่งสกปรก และรอยนิ้วมือบนเลนส์โดยไม่ทำลาย COAT ที่เคลือบเลนส์ไว้

ความถี่ในการซื้อใช้งาน : ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานของแต่ละบุคคล

ขนาดของผลิตภัณฑ์ : 12.5 x 7.5 x 0.25 cm (บรรจุ 50 แผ่น)

ปริมาณการบรรจุต่อ 1 ซอง : 50 แผ่น

ปริมาณการบรรจุต่อ 1 DISPLAY PACK : 40 ซอง

ราคา : 50 บาท/1 ซอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

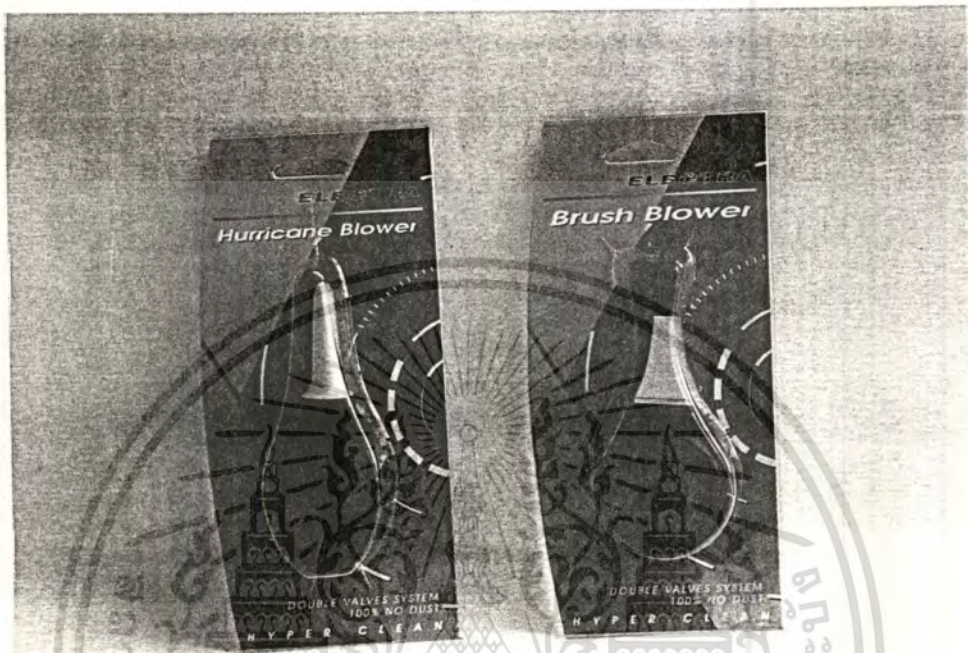
2.1.2.3 น้ำยาเช็ดตัวกลิ้ง (BODY OIL)



หน้าที่ : ใช้เช็ดทำความสะอาดตัวกลิ้ง (BODY) เลนส์ (ยกเว้น
ส่วนเนื้อเลนส์) และอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น แพลท
ความถี่ในการซื้อใช้งาน : ขึ้นอยู่กับลักษณะการใช้งานของแต่ละบุคคล
ปริมาตรสุทธิ : 35 cc. และ 60 cc.
ราคา : 80 , 135 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.4 ตัวเป่าทำความสะอาด (BLOWER)



2.1.2.4.1 HURRICANE BLOWER

หน้าที่ : ใช้เป่าทำความสะอาดอุปกรณ์ถ่ายภาพ

ขนาด : 4.75 x 4.75 x 11.5 cm. (SMALL)

5.5 x 5.5 x 15.5 cm. (LARGE)

ราคา : 90, 170 บาท

2.1.2.4.2 BLOWER BRUSH

หน้าที่ : ใช้เป่าและขัดทำความสะอาดอุปกรณ์ถ่ายภาพ

ขนาด : 6 x 3.75 x 12 cm. (SMALL)

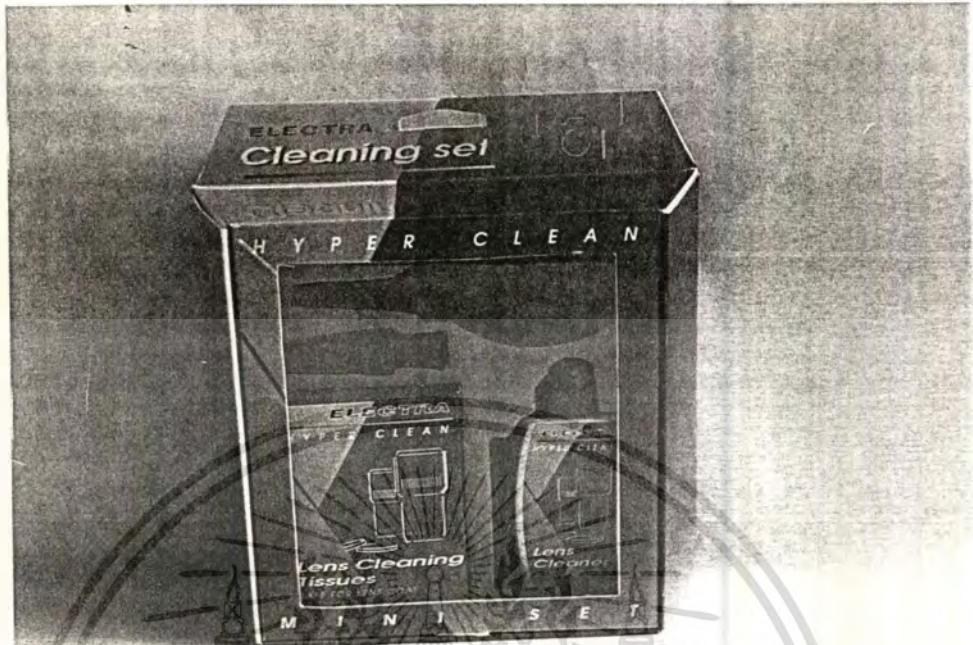
x x cm. (LARGE)

ราคา : 90, 170 บาท

ข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ (HURRICANE BLOWER และ BLOWER BRUSH) : มีระบบวาล์วป้องกันสิ่งสกปรก (DOUBLE VALVE SYSTEM)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.5 ชุดทำความสะอาด (CLEANING SET)



2.1.2.5.1 ชุดทำความสะอาดชุดเล็ก ประกอบด้วย :

- กระจกเช็ดเลนส์ 1 กล้อง
- ตัวเป่าทำความสะอาด (SMALL) 1 ชิ้น
- น้ำยาเช็ดเลนส์ (SMALL) 1 ขวด
- สำลีก้าน 8 ก้าน (4x7.75x0.7 cm.)
- แปรงขนาดเล็ก 1 ชิ้น (1.5x6x0.5 cm.)

ราคา : 220 บาท

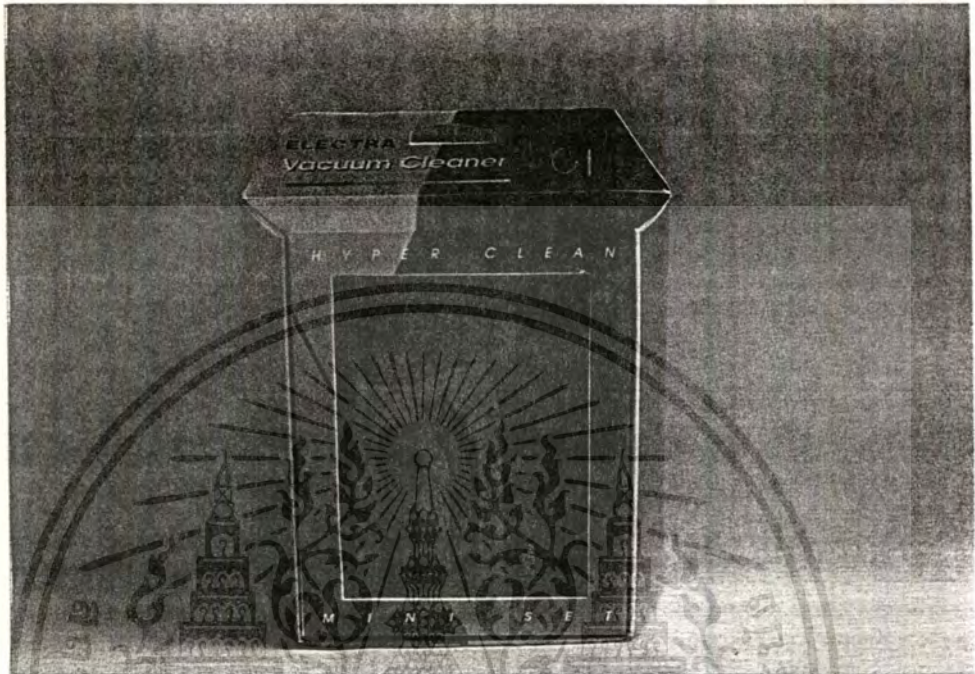
2.1.2.5.2 ชุดทำความสะอาดชุดใหญ่ ประกอบด้วย :

- กระจกเช็ดเลนส์ 1 กล้อง
- ตัวเป่าทำความสะอาด (SMALL) 1 ชิ้น
- น้ำยาเช็ดเลนส์ (SMALL) 1 ขวด
- สำลีก้าน 8 ก้าน (4x7.75x0.7 cm.)
- แปรงขนาดเล็ก 1 ชิ้น (1.5x6x0.5 cm.)
- ผ้ากำมะหยี่ 1 ผืน (27x21 cm.)
- ผ้า SILICONE CLOTH 1 ผืน (23x22 cm.)

ราคา : 300 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.6 เครื่องดูดฝุ่นอุปกรณ์ถ่ายภาพ (VACUUM CLEANER)



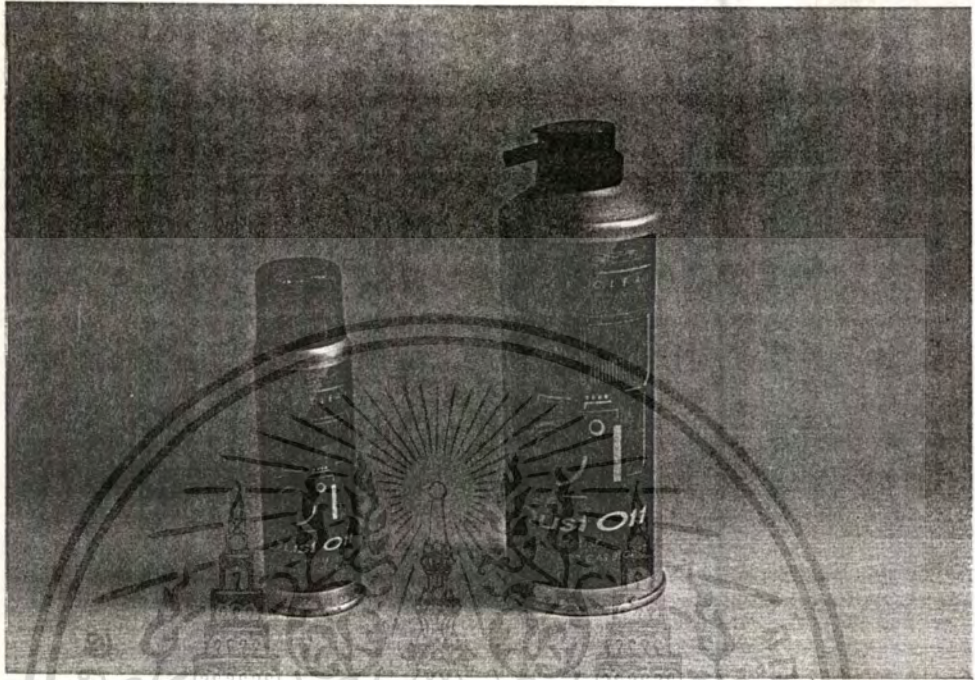
หน้าที่ : ใช้ดูดทำความสะอาดอุปกรณ์ถ่ายภาพต่าง ๆ รวมทั้งเครื่องใช้ไฟฟ้าอื่น เช่น KEY BOARD, STEREO ฯลฯ

- ประกอบด้วย :
- ตัวเครื่องดูดฝุ่น ขนาด 4x3.5x13.5 cm.
 - ท่อระบายอากาศ (TUBE) ขนาด 0 2.75x4 cm.
 - แปรงขัดทำความสะอาด ขนาด 0 1.5x6.5 cm.
 - ท่อต่อปลายแบน ขนาด 0 1.0x9.5 cm.
 - ท่อต่อปลายกลม ขนาด 0 0.8x2x8 cm.

ราคา : 250 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.8 สเปรย์ทำความสะอาด (CLEANING SPRAY)



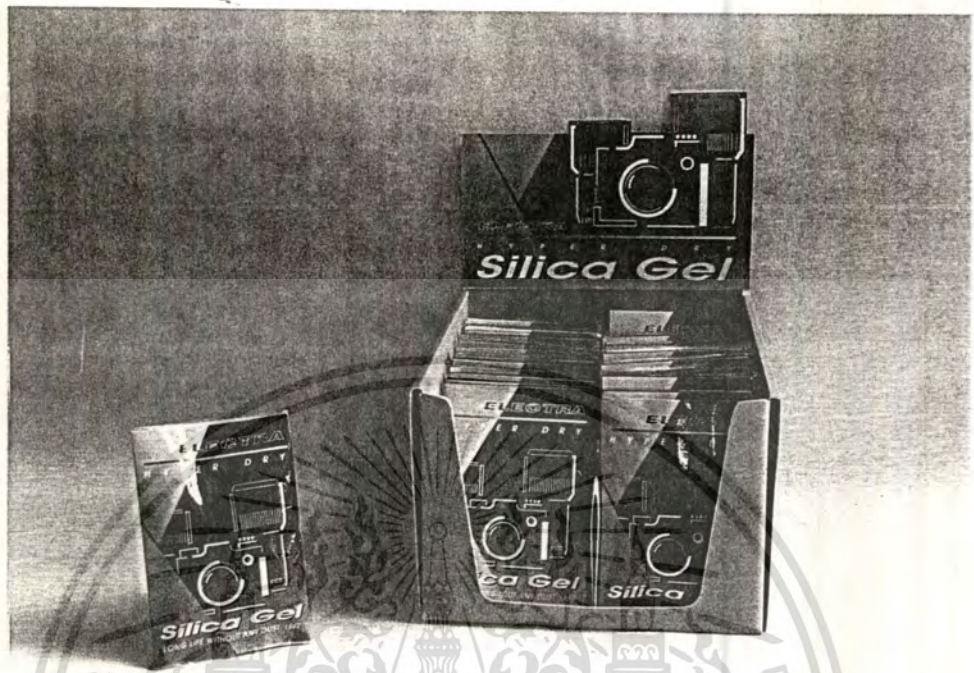
หน้าที่ : ใช้ทำความสะอาดอุปกรณ์การถ่ายภาพ ตลอดจนเครื่องใช้อื่น
เช่น คอมพิวเตอร์ และสแตนด์ เป็นต้น

น้ำหนักสุทธิ : 100 cc. และ 450 cc.

ราคา : 180 , 400 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1. 2.9 สารดูดความชื้น (SILICA GEL)



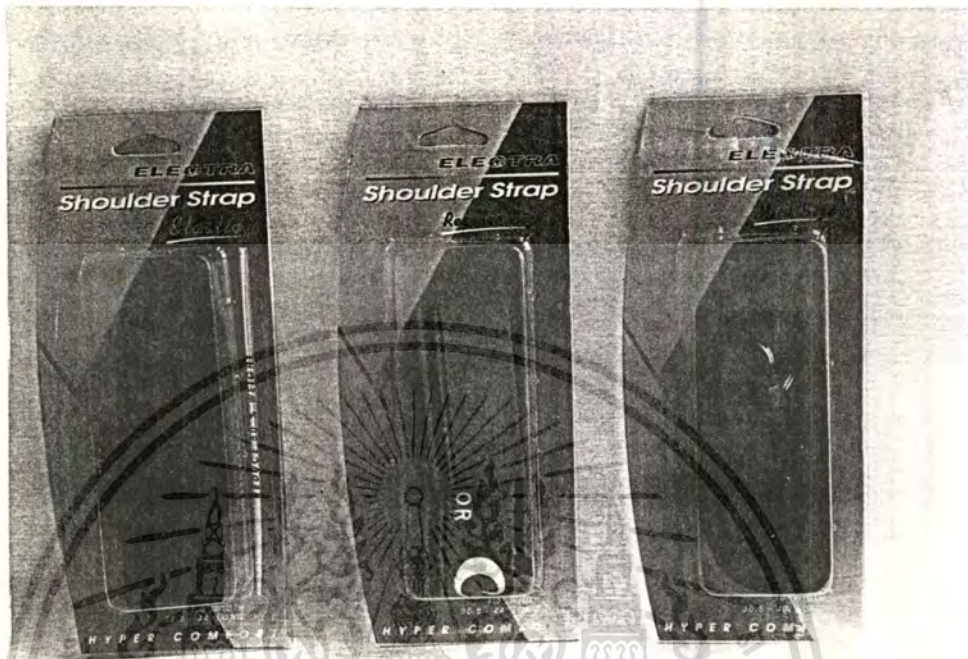
หน้าที่ : ดูดความชื้นภายในกระเป๋าหรือกล่องเก็บอุปกรณ์ถ่ายภาพ
ป้องกันการเกิดเชื้อรา

ขนาด : 6.75 x 7.5 cm.

ราคา : 35 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.10 สายสะพายกล้อง (SHOULDER STRAP)



หน้าที่ : ใช้สะพายกล้อง เพื่อความปลอดภัยและอำนวยความสะดวก
ในการใช้งาน

- แบ่งเป็น :- สายสะพายกล้องขนาดเล็ก (กว้าง 2.2 cm.
ความยาวปรับได้ตั้งแต่ 90 ถึง 100 cm.)
- สายสะพายกล้องขนาดธรรมดา (กว้าง 3.8 cm.
ความยาวปรับได้ตั้งแต่ 76 ถึง 110 cm.)
- สายสะพายกล้องรุ่น ELASTIC (กว้าง 3.8 cm.
ความยาวปรับได้ตั้งแต่ 76 ถึง 110 cm.)

ราคา : 130,160,280 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.11 กระเป๋าคาดเอวใส่อุปกรณ์ถ่ายภาพ (ACCESSORIES BAG)



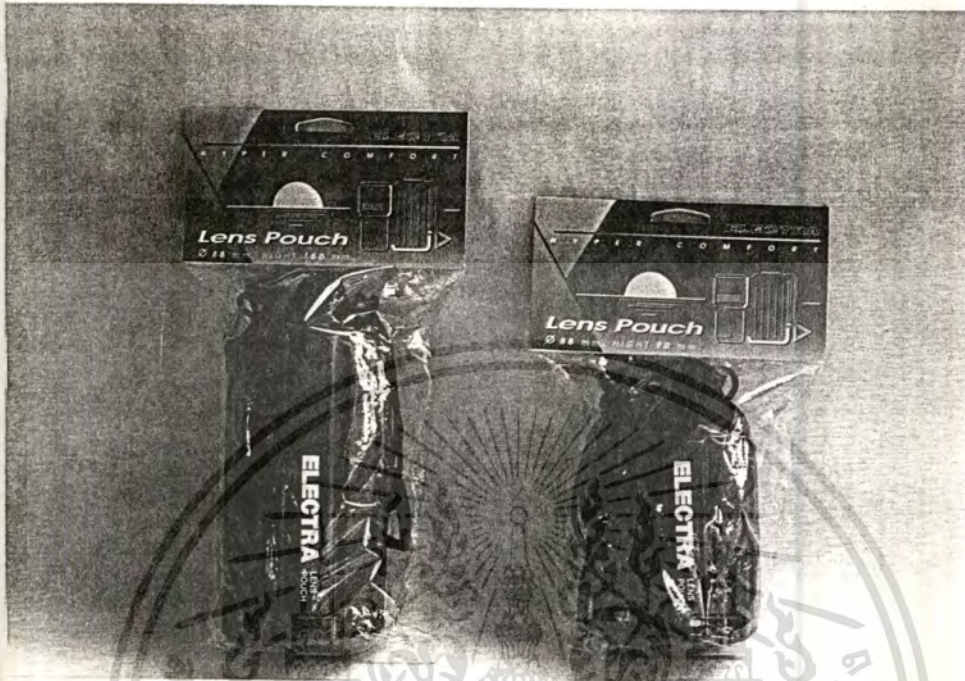
หน้าที่ : ใช้ใส่อุปกรณ์เสริมในการถ่ายภาพ เช่น FILTER, ฟิล์ม ฯลฯ
อำนวยความสะดวกในการใช้งาน

ขนาด :

ราคา : 350 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.12 กระเป๋าใส่เลนส์ (LENS POUCH)



หน้าที่ : ใช้ใส่เลนส์ เพื่อบรรเทาความเสียหายจากการกระทบกระแทก และรอยขีดข่วน

แบ่งเป็น :- กระเป๋าใส่เลนส์ ขนาดสั้น
(0.9 cm. ยาว 14 cm.)
- กระเป๋าใส่เลนส์ ขนาดยาว
(0.9 cm. ยาว 16 cm.)

ราคา : 200 , 240 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.13 ฟิลเตอร์ (FILTER)



ประกอบด้วย :-	UV FILTER	ขนาด 52 mm.	250 บาท
	- SKYLIGHT FILTER	ขนาด 52 mm.	250 บาท
	- PL FILTER	ขนาด 62 mm.	650 บาท
	- FOG FILTER	ขนาด 62 mm.	400 บาท
	- SOFTON FILTER	ขนาด 62 mm.	400 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

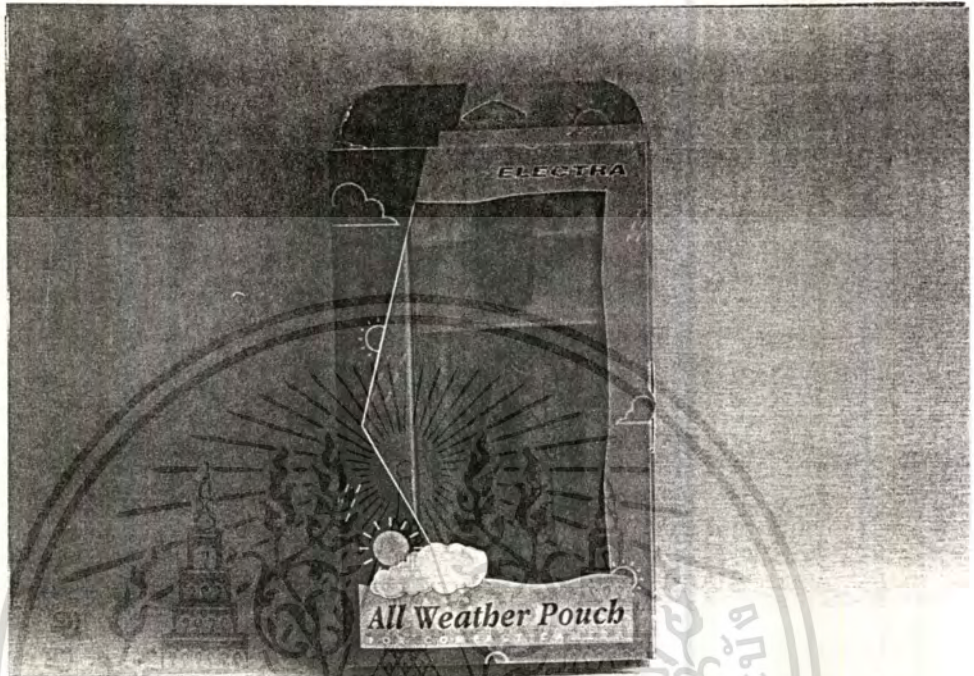
2.1.2.14 ชุดกล้องคอมแพ็ค (COMPACT CAMERA SET)



- แบ่งเป็น :
1. ชุด EXTREME ประกอบด้วยกล้องรุ่น C-700
ถ่านไฟฉาย 2 ก้อน ราคา 1200 บาท
 2. ชุด COOL ประกอบด้วยกล้องรุ่น C-505
มี 3 สีคือ แดง, น้ำเงิน และดำ ถ่านไฟฉาย
2 ก้อน ราคา 800 บาท
 3. ชุด BASIC ประกอบด้วยกล้องรุ่น C-500
ถ่านไฟฉาย 2 ก้อน ราคา 600 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.15 กระเป๋าป้องกันน้ำสำหรับกล้องคอมแพ็ค (ALL WEATHER POUCH)



หน้าที่ : ใช้ใส่กล้อง COMPACT เพื่อป้องกันน้ำและความชื้น เพื่อ
การท่องเที่ยวในสภาพที่ต้องเจอน้ำ และอำนวยความสะดวก
ในการถ่ายภาพจากในกระเป๋าโดยไม่ต้องเอาออกมาจาก
กระเป๋าได้อีกด้วย

ขนาด : 20 x 9 x 3.5 cm.

ราคา : 250 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.2.16 กระเป๋ากล่องถ่ายภาพใต้น้ำ (UNDER WATER POUCH)



หน้าที่ : ใช้ใส่กล้องคอมแพ็ค ถ่ายภาพใต้น้ำหรือใช้เพื่อป้องกันน้ำและความชื้นขณะเดินทางได้อีกด้วย

ขนาด : 19 x 14 x 2.5 cm.

ราคา : 450 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 ความต้องการของบรรจุกัมภ์

ในการออกแบบบรรจุกัมภ์จำเป็นจะต้องแจกแจงข้อมูล ข้อจำกัดต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ การออกแบบ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. เงื่อนไขทางการออกแบบด้านการคุ้มครอง (PROTECTION)
2. เงื่อนไขทางการออกแบบในด้านกักรบรรจุ (CONTAIN)
3. เงื่อนไขทางการออกแบบในด้านกักรอำนวยความสะดวก

(CONVENIENCE)

โดยจะเอื้ออำนวยความสะดวกให้แก่ขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

- การผลิต
- การบรรจุ
- การขนส่ง
- การจำหน่าย
- การกำจัดซาก
- สังคม (กฎหมาย, อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม)

4. เงื่อนไขทางการออกแบบทางการสื่อความหมายโฆษณา

(PROMOTION)

1. ด้านการคุ้มครอง (PROTECTION)

บรรจุกัมภ์จะต้องสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดังนี้คือ

- 1.1 สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ไม่ให้กระทบกระทั่งกันในกลุ่มอันจะก่อให้เกิดการแตกหัก ร้าว เสียหายได้
- 1.2 สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากสิ่งรบกวนภายนอกได้ ได้แก่
 - การเสียหายเชิงกล เช่น การกดทับ การตกหล่น การบีบรัด การตีแท่ง การเสียหายอันเนื่องมาจากการขนส่ง
 - ของเหลวและความชื้น ซึ่งจะทําให้บรรจุกัมภ์เกิดการเสียหายและลดความแข็งแรง อันจะส่งผลถึงตัวผลิตภัณฑ์ภายในทําให้ไม่ได้รับการคุ้มครองที่ดีแข็งแรงพอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับมนุษย์ย์อาจทําให้ชิ้นส่วนแตกหักหรือเสียหายไปไม่ครบได้ การคําไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการขนส่ง

การขนส่งจะแยกออกเป็น 3 ลักษณะคือ

1. การขนส่งบรรจุภัณฑ์จากโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ไปยังโรงงานผลิตผลิตภัณฑ์ เพื่อทำการบรรจุ ณ โรงงาน
2. การขนส่งบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุผลิตภัณฑ์แล้วมายังสถานจำหน่ายต่าง ๆ
3. การขนส่งหรือการเคลื่อนย้ายบรรจุภัณฑ์ โดยผู้ซื้อหลังจากซื้อสินค้าแล้วนำสินค้ากลับไปยังสถานที่พักอาศัย

ดังนั้น ในการขนส่งจึงควรมีเงื่อนไขความจำเป็น ดังต่อไปนี้

1. ในการขนส่งบรรจุภัณฑ์ไปยังโรงงานที่ผลิต ผลิตภัณฑ์ ควรจะต้องหีบได้หรือแบนราบได้ เพื่อความสะดวกแก่การประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง
2. ในการขนส่งบรรจุภัณฑ์ที่บรรจุผลิตภัณฑ์ที่ไปยังห้าง เช่น ทรูมันนี่ ควร มีขนาดที่พอเหมาะกับผลิตภัณฑ์และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ควรเอื้ออำนวยอำนวยความสะดวก
3. ระบบปิด-เปิด บรรจุภัณฑ์ ควรมีความแน่นหนาพอสมควร เพื่อช่วยคุ้มครองผลิตภัณฑ์ในขณะการเคลื่อนย้ายขนส่ง

ด้านการจัดจำหน่าย

ในการจัดจำหน่าย จะเป็นการจำหน่ายปลีกโดยตรงกับผู้บริโภค โดยมีเงื่อนไขความจำเป็นดังนี้คือ

1. สำหรับผลิตภัณฑ์กระดาษเช็ดเลนส์ที่มี DISPLAY PACK บรรจุภัณฑ์ ควรมีการ DISPLAY ได้สะดวก พนักงานจำหน่ายสามารถเข้าใจในการ DISPLAY และเปิด DISPLAY ได้ง่ายไม่ยุ่งยาก สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้
2. มีส่วนบอก ชื่อชุด ขนาด ลักษณะ ชนิด จำนวนชั้น ในผลิตภัณฑ์ แต่ละชุด
3. สำหรับผลิตภัณฑ์ชุดกล้อง COMPACT สื่อโฆษณา ณ จุดขาย สามารถสร้างเอกลักษณ์ ความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านการอุปโภค และการเก็บรักษา

ในด้านนี้ จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการใช้งาน แล้วมีเงื่อนไขความจำเป็นดังนี้

1. ในการใช้งานผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ในบางชุด เช่น ชุดทำความสะอาด มีความจำเป็นในการเก็บรักษาตัวผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานในครั้งต่อไป ดังนั้น การปิด-เปิดบรรจุภัณฑ์ และตัวบรรจุภัณฑ์ ควรมีความแน่นหนาพอสมควร เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้การวางบรรจุภัณฑ์ในแนวตั้งยังอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บและประหยัดพื้นที่ และบรรจุภัณฑ์ควรจะสามารถเข้าใจได้ง่ายว่าอะไรอยู่ตรงไหน เก็บอย่างไร

ด้านการกำจัดซาก

1. สามารถย่อยสลายได้ง่าย เมื่อต้องการทิ้งบรรจุภัณฑ์แล้ว
2. ในกรณีที่ไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์ทุกวัน บรรจุภัณฑ์สามารถใช้ประโยชน์ในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ต่อไป ซึ่งช่วยลดการทิ้งบรรจุภัณฑ์ลง

ด้านกฎหมาย

ในส่วนของกฎหมาย ยังไม่มีเงื่อนไขที่เป็นทางการบังคับถึงมาตรฐานสินค้า แต่จะบอกในข้อที่ผู้บริโภคควรทราบ และไม่หลอกลวงผู้ซื้อสินค้า โดยจะมีข้อควรทราบดังนี้

1. ประเภท ขนาด จำนวนของสินค้าที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์
2. บอกถึงวิธีการใช้งาน คุณสมบัติพิเศษ การทำความสะอาด และการเก็บรักษา

4. ด้านการสื่อความหมายโฆษณา (PROMOTION)

บรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ แสดงถึงคุณสมบัติที่จำเป็นดังต่อไปนี้

1. บุคลิกพิเศษของผลิตภัณฑ์ (BRAND PERSONALITY)
2. การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค (IMPACT)
3. การแสดงให้เข้าใจถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
4. ความเป็นเอกลักษณ์ร่วม (CORPORATE IDENTITY)
5. การสร้างภาพพจน์ต่อตราสินค้า (BRAND IMAGE)
6. มีข้อความบอกรายละเอียดต่าง ๆ ที่จำเป็นในบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่หรือใช้ซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2 ข้อมูลด้านการตลาด

2.2.1 ข้อมูลด้านการตลาดโดยรวม

สำหรับสภาพตลาดสินค้าอุปกรณ์ถ่ายภาพประเภท ACCESSORIES ในประเทศไทยนั้น มีสินค้าอยู่มากมายหลาย BRAND ทั้งที่ผลิตเองภายในประเทศ และที่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยมี BRAND หลักที่เป็นของภายในประเทศเอง คือ ELECTRA และ BRAND อื่นๆ ในแต่ละ BRAND ก็มีการวางตลาดที่ครอบคลุม ประเภทสินค้าต่างๆ กันไป จึงเป็นการสรุปได้ยากว่าใครมีส่วนแบ่งทางการตลาด อยู่เท่าไร แต่จากการสำรวจ และวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดของห้างหุ้นส่วน จำกัด เอกสิทธิ์อุตสาหกรรม นั้นตลาดของอุปกรณ์ถ่ายภาพประเภท ACCESSORIES ในประเทศไทยมีมูลค่าประมาณ 40 ล้านบาท โดยมี ELECTRA เป็นสินค้าที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุดคือประมาณ 55 เปอร์เซ็นต์ หรือ 22 ล้านบาท โดยส่วนที่เหลือนั้นเป็นการบอกได้ยากว่าแต่ละ BRAND มีส่วนแบ่งอยู่เท่าไร เนื่องจากมีสินค้านามากมายหลายประเภท หลาย BRAND และในแต่ละ BRAND ก็ครอบคลุม การวางตลาดสินค้าที่ต่างประเภทกัน

ส่วนอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่าตลาดในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เป็นไปอย่างคงที่ คือประมาณ 5 เปอร์เซ็นต์ โดยแม้ว่าในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจจะซบเซาลงแต่ก็ยังมีอัตราการเจริญเติบโตที่ค่อนข้างจะคงที่ โดยสาเหตุ น่าจะมาจากสภาพสังคมปัจจุบันที่เคร่งเครียด และปัญหาของมลภาวะต่าง ๆ ในสังคมเมือง ทำให้ผู้คนแสวงหาและใช้เงินในการพักผ่อนมากขึ้นและส่วนประกอบ

หนึ่งในการท่องเที่ยว พักผ่อนก็คือการถ่ายภาพนั่นเอง
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

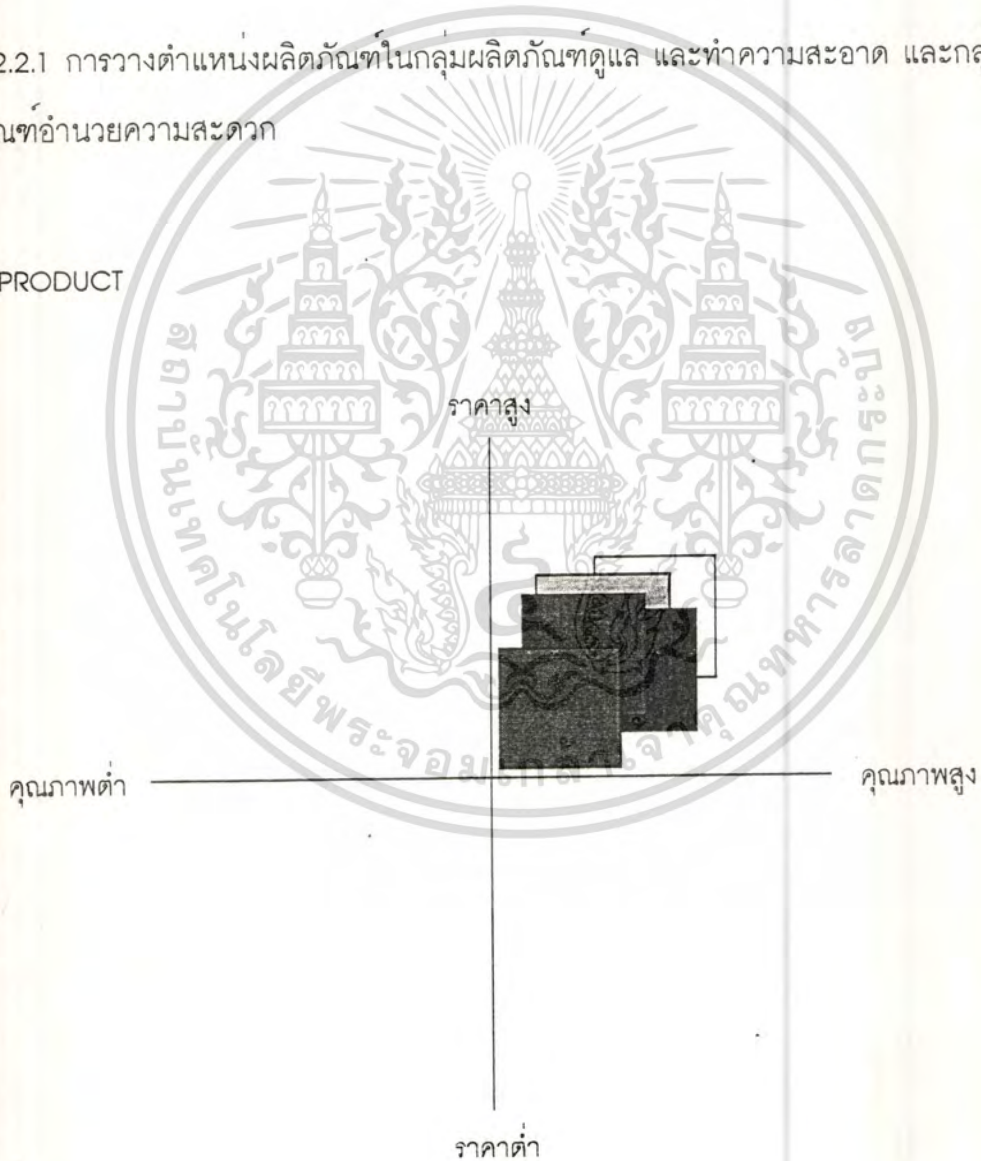
2.2.2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบคู่แข่ง

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (PRODUCT POSITIONING) จะเปรียบเทียบภาพรวมของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ โดยพิจารณาจากหัวข้อต่อไปนี้

- 1.ผลิตภัณฑ์ (PRODUCT) ในด้านคุณภาพ และราคา
- 2.บรรจุภัณฑ์ (PACKAGE) ในด้านคุณภาพ (การบรรจุ,การคุ้มครอง,การอำนวยความสะดวก และ การสื่อความ) และน่าสนใจ
- 3.ผู้บริโภค (CONSUMER) ในด้านอายุ และเพศ

2.2.2.1 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแล และทำความสะอาด และกลุ่มผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก

1. PRODUCT



สัญลักษณ์

■ = ELECTRA ■ = HAKUBA ■ = UN ■ = LEDVON □ = KODAK

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. PACKAGE

คุณภาพสูง



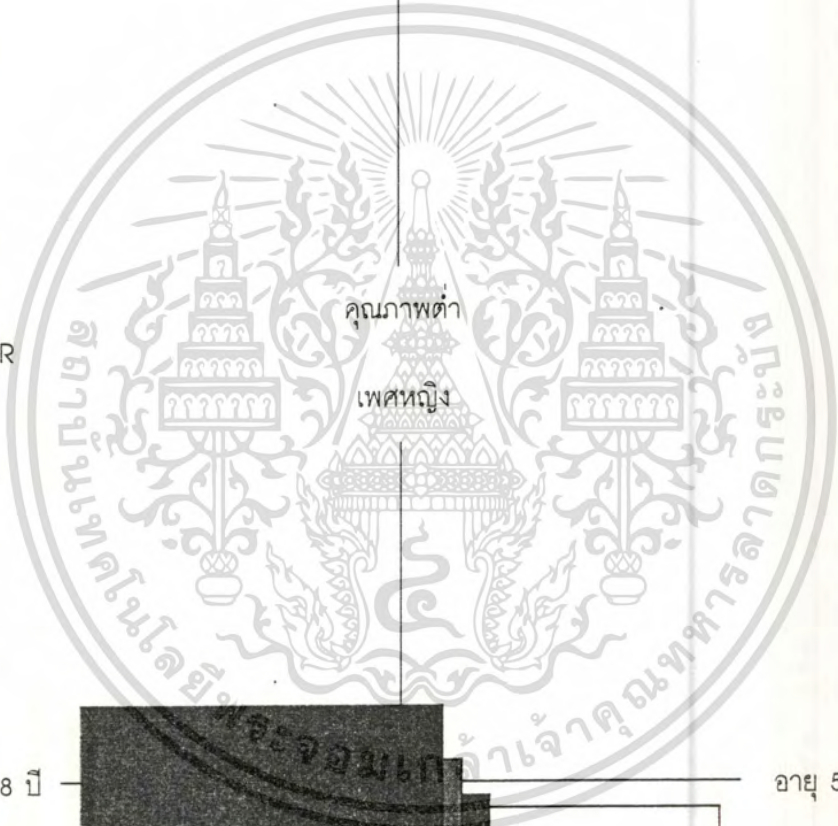
ความน่าสนใจน้อย

ความน่าสนใจมาก

3. CONSUMER

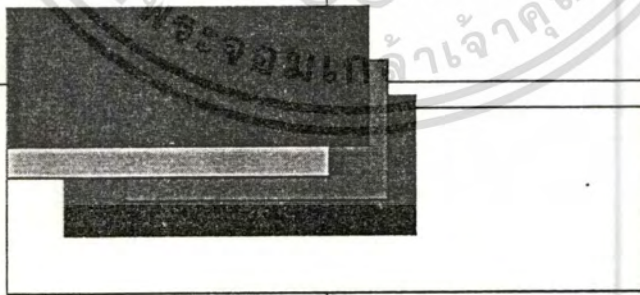
คุณภาพต่ำ

เพศหญิง



อายุ 18 ปี

อายุ 50 ปี



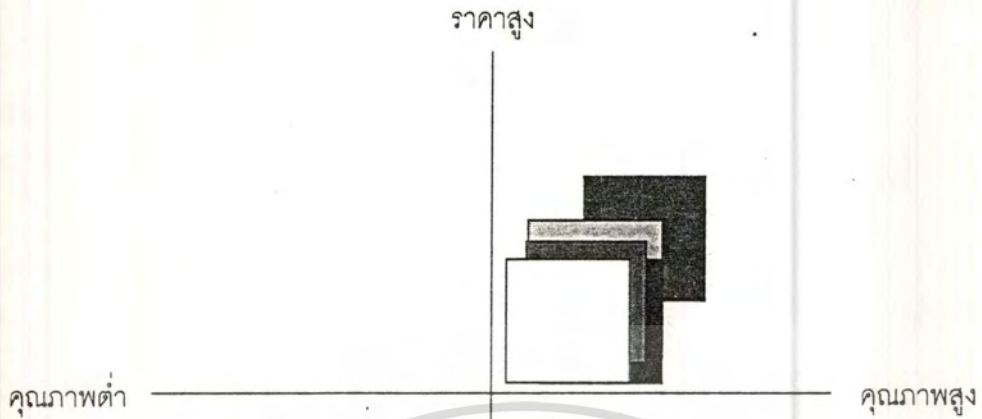
เพศชาย

= ELECTRA
 = HAKUBA
 = UN
 = LEDVON
 = KODAK

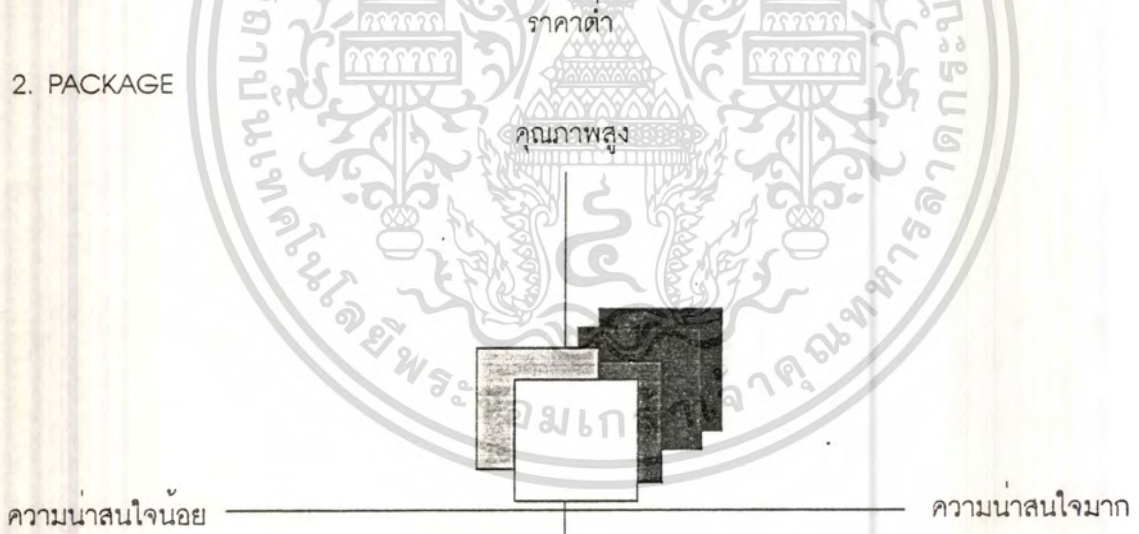
เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนเวลาสำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2.2 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ฟิลเตอร์

1. PRODUCT



2. PACKAGE



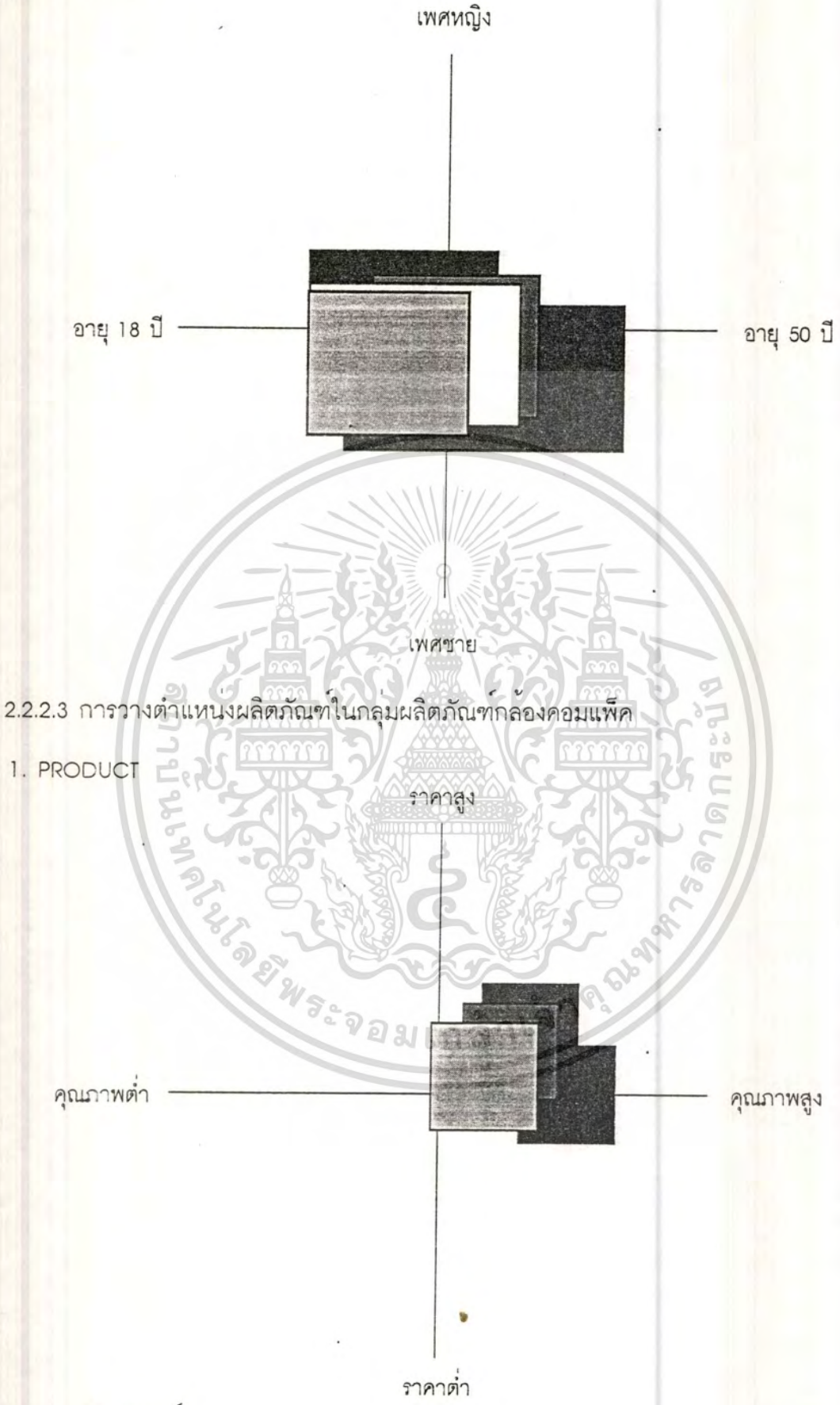
สัญลักษณ์

คุณภาพต่ำ

= ELECTRA
 = HOYA
 = HAKUBA
 = KENKO
 = MARUMI

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. CONSUMER

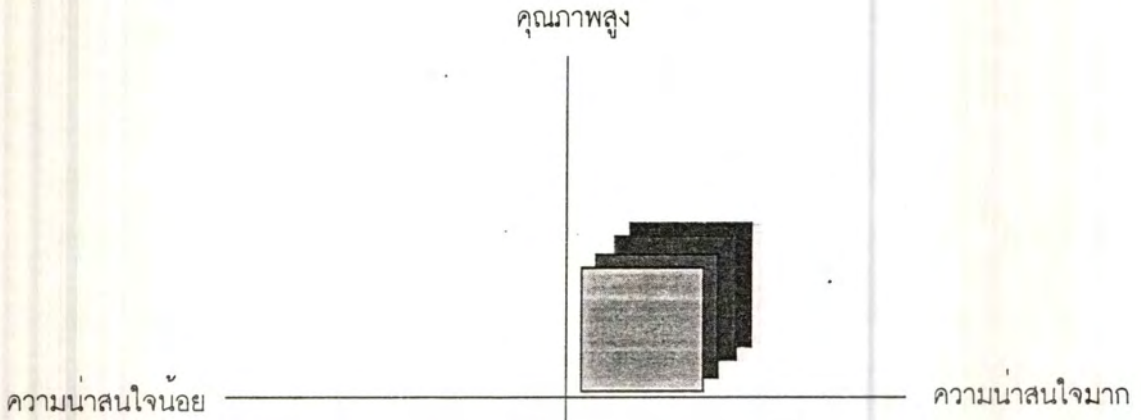


2.2.2.3 การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้องคอมแพ็ค

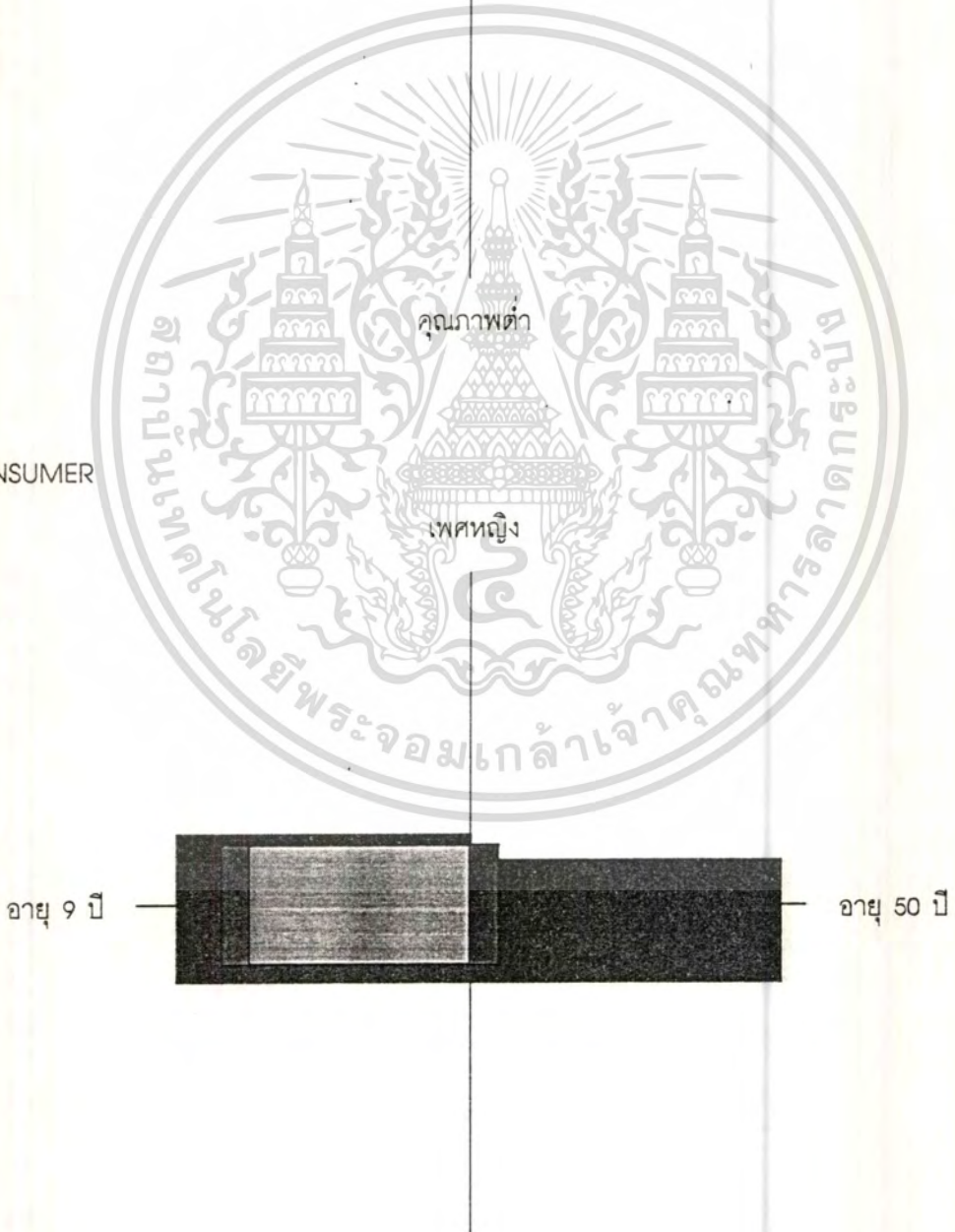
1. PRODUCT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับ [redacted] งานเพื่อการศึกษา [redacted] นั้น ไม่อนุญาตให้ [redacted] ใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 = ELECTRA [redacted] = KODAK [redacted] = FUJI [redacted] = KONIKA
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

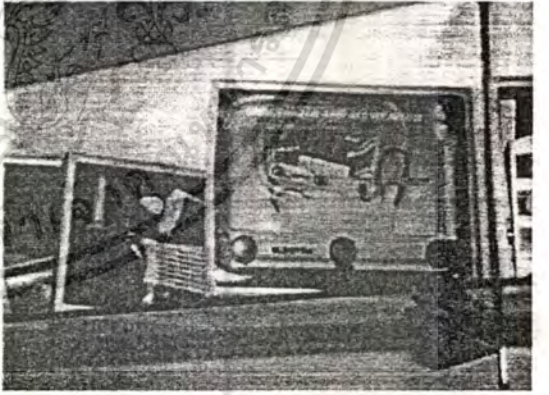
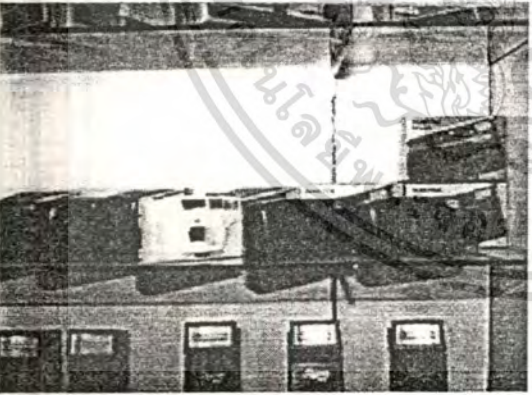
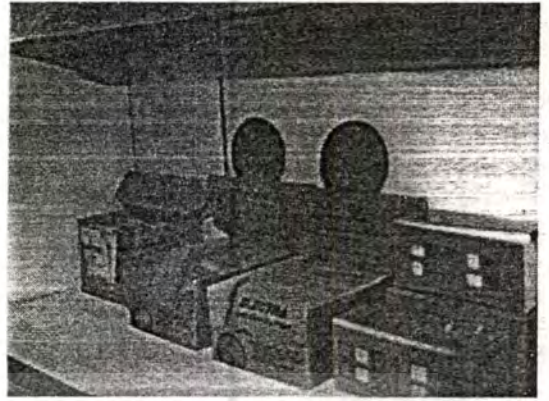
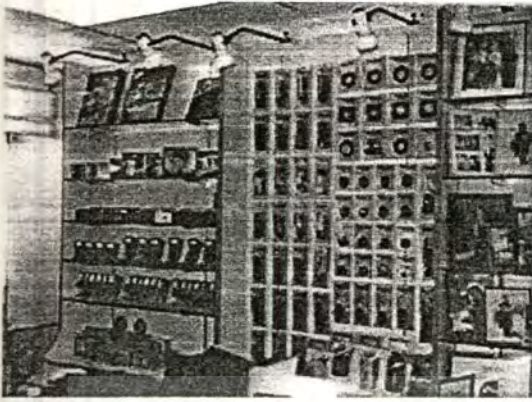
2. PACKAGE



3. CONSUMER

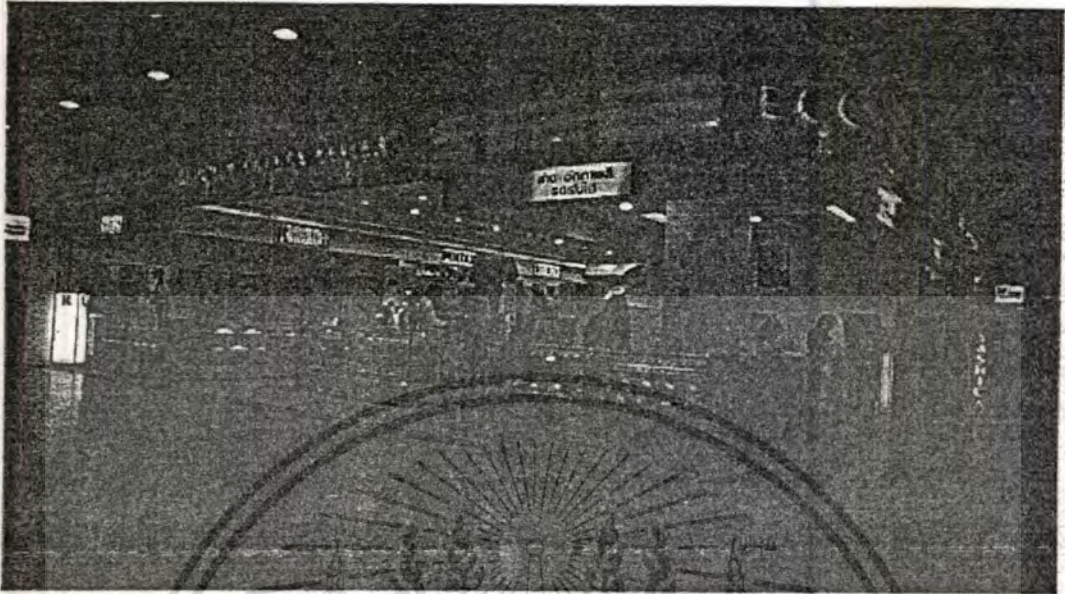


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงการจัดวางสินค้ากลุ่ม ACCESSORIES ในโชว์รูมของ หจก.เอกวิสาหกรรมการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

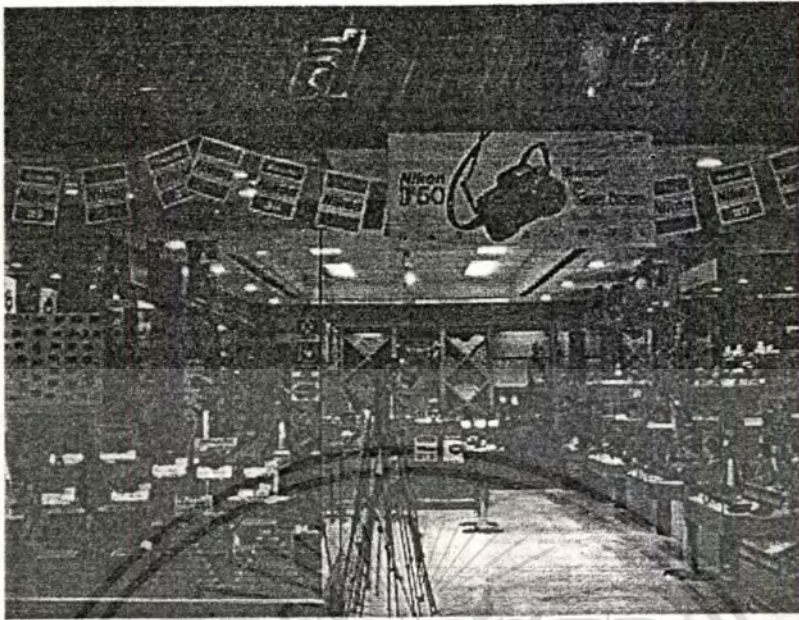


ตัวอย่างร้านจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพขนาดใหญ่

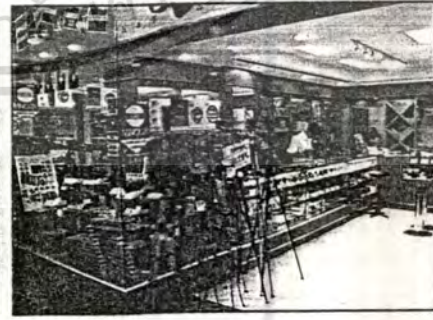
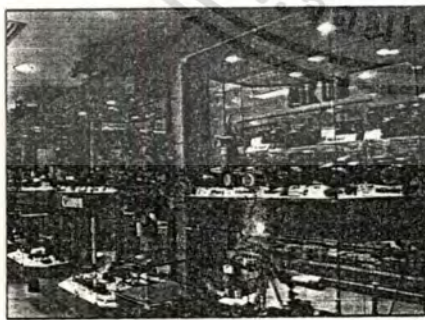
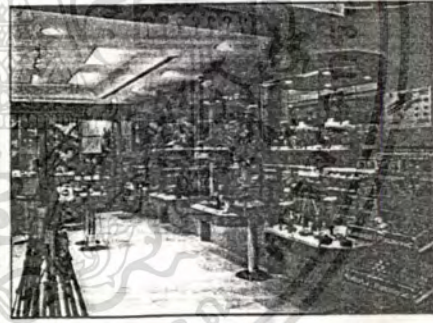
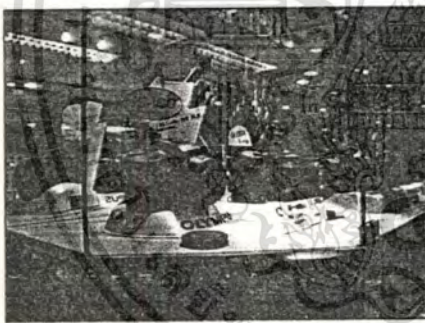


สินค้าจะถูกจัดวางเป็นหมวดหมู่ มีระเบียบสวยงาม มีสินค้าให้เลือกมากมายทั้งรูปแบบ และยี่ห้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

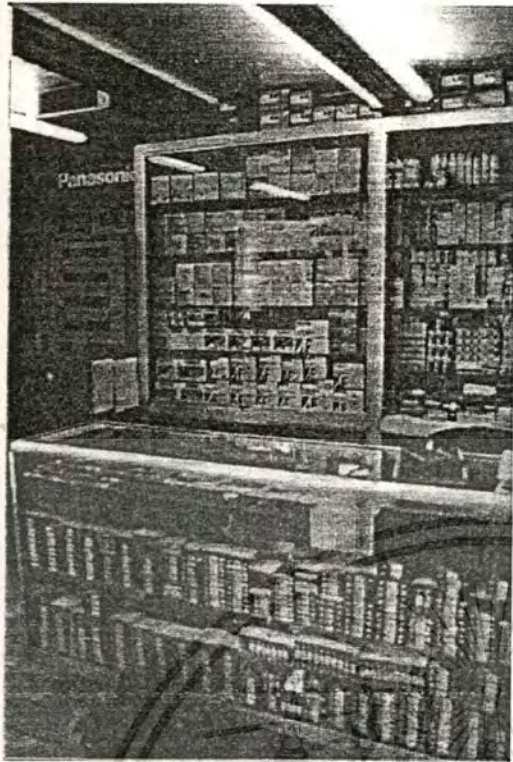


ตัวอย่างร้านจำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพขนาดกลาง

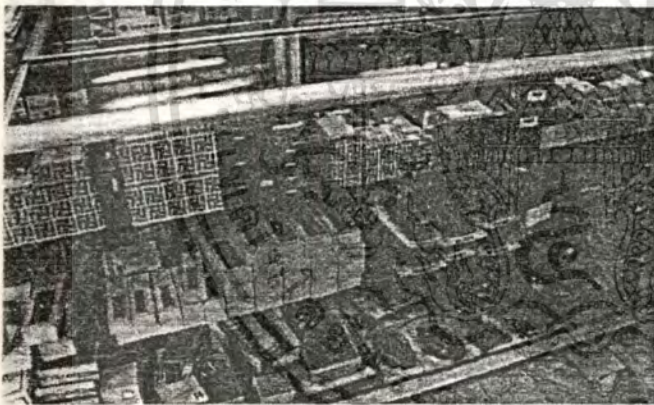


สินค้าจะถูกจัดวางเป็นหมวดหมู่ มีระเบียบสวยงามเช่นเดียวกับร้านใหญ่ แต่มีการใช้พื้นที่ให้เป็นประโยชน์มากกว่า ส่วนสินค้าอาจมีให้เลือกน้อยกว่า

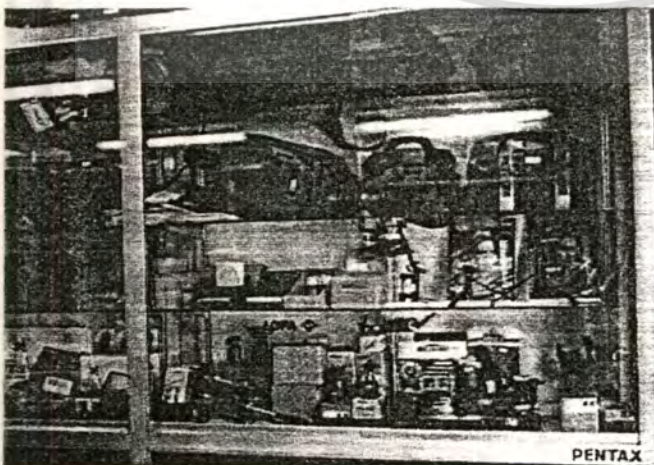
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



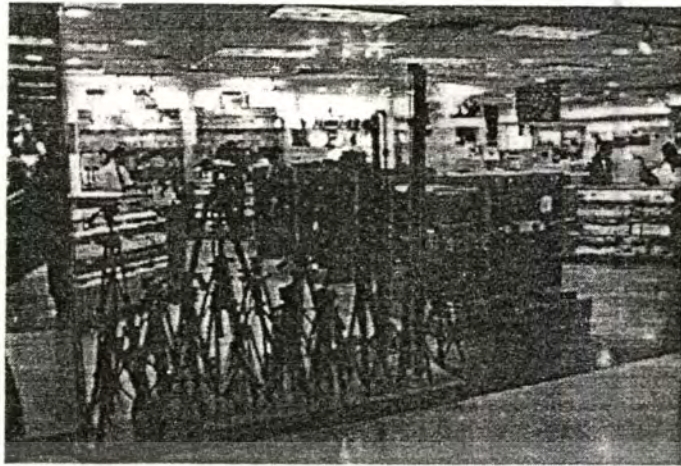
ภาพแสดงการจัดวางสินค้าภายในร้าน
จำหน่ายอุปกรณ์ถ่ายภาพ ขนาดเล็ก
พื้นที่ใช้สอยจะถูกใช้ให้เกิดประโยชน์
สูงสุด



มีการจัดวางสินค้าหลายประเภท
ภายในตู้เดียวกัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพแสดงการจัดสถานที่ และการจัดวางสินค้าภายในห้างสรรพสินค้า แผนกอุปกรณ์ถ่ายภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2.2 ข้อมูลผู้บริโศคกลุ่มเป้าหมายของลุ่มผลิตภัณฑชุดกลอง

COMPACT

เพศ : ชาย, หญิง

วัย : 18 ปีขึ้นไป

การศึกษา : มัธยมปลาย ปริญญาตรี

อาชีพ : นักศึกษา คนทำงานรุ่นใหม่ทั่วไป

ลักษณะพิเศษ : รักการพักผ่อน รักการท่องเที่ยว รักธรรมชาติ
สนุกสนาน

ระดับฐานะ : C+, B, A

ผู้บริโศคกลุ่มนี้ชอบการพักผ่อน ท่องเที่ยว เนื่องจากความเคร่งเครียด
วุ่นวาย เร่งรีบของสังคมปัจจุบัน ประกอบกับสุขภาพอยู่ในวัยที่เอื้ออำนวยต่อการ
ท่องเที่ยว และในการท่องเที่ยวที่นั้กลองถ่ายรูปรก็ถือได้ว่าเป็นส่วนประกอบสำคัญที่
มักจะขาดไม่ได้เลย

พฤติกรรมการซื้อ

ผู้บริโศคกลุ่มนี้ จะพิจารณาที่คุณสมบัติของกลองว่ามีระบบการทำงานที่
พร้อมและสะดวกในการใช้งานหรือไม่ เช่น มีระบบแฟลช ระบบเลื่อนฟิล์ม
ระบบกรอฟิล์มอัตโนมัติ แล้วเปรียบเทียบคุณภาพกับราคาว่ากราฟิกบนบรรจุภัณฑที่
แสดงรายละเอียดชัดเจนจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ เนื่องจากมีผลิตภัณฑคู่แข่ง
เป็นจำนวนมาก และมีช่วงราคาใกล้เคียงกัน

2.3.2.3 ข้อมูลผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของกลุ่มผลิตภัณฑ์กระเป๋ากล้อง

COMPACT

ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

เพศ : ชาย, หญิง

อายุ : 12 ปีขึ้นไป

การศึกษา : มัธยมศึกษาขึ้นไป

อาชีพ : นักเรียน, นักศึกษา คนวัยทำงานรุ่นใหม่

ลักษณะพิเศษ : ชอบการท่องเที่ยวเดินทางโดยเฉพาะสถานที่ทางน้ำ

ระดับฐานะ : B, A

ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักมีกล้อง COMPACT อยู่แล้ว และชอบพักผ่อนท่องเที่ยวทางน้ำ กระเป๋าป้องกันน้ำ และกระเป๋าถ่ายภาพใต้น้ำ จะช่วยคุ้มครองและเพิ่มความสนุกสนานในการใช้งานกล้อง COMPACT มากยิ่งขึ้น

พฤติกรรมกรซื้อ

ตัดสินใจเลือกซื้อเกิดจากคุณสมบัติ ราคา รูปแบบความน่าสนใจในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงคุณสมบัติ ประโยชน์ที่ได้รับ ตลอดจนอรรถรสความสนุกสนานในการใช้ผลิตภัณฑ์ จะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อ

2.4 ข้อมูลทางด้านคู่แข่ง

2 - รายละเอียดคู่แข่ง

1. HAKUBA

LOGO :



บริษัทเจ้าของสินค้า : บริษัท โฟโต้ซิสเต็ม จำกัด

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า : บริษัท โฟโต้ซิสเต็ม จำกัด

HAKUBA เป็น BRAND ที่รู้จักกันมานานสำหรับช่างภาพไทย เป็นสินค้านำเข้าจากประเทศญี่ปุ่น โดยความเป็นจริงแล้ว HAKUBA ผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ถ่ายภาพมากมายหลายกลุ่ม เช่น กระจ่างกล้อง ขาดังกล้อง ฟิลเตอร์ กล้องส่องทางไกล ฯลฯ แต่ที่ถือเป็นคู่แข่งทางการตลาดของ ELECTRA มีเพียงประเภท ACCESSORIES เท่านั้น สินค้าโดยทั่วไปมีคุณภาพค่อนข้างดี ราคาสูง การวางจำหน่ายสินค้ายังไม่ครอบคลุมพื้นที่การจำหน่ายโดยเฉพาะในต่างจังหวัด กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ใหญ่วัยทำงาน และคนรุ่นใหม่ที่ชอบช่างมีฐานะดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. UN

LOGO :



บริษัทเจ้าของสินค้า : บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า : บริษัท เซ็นทรัลเทรดดิ้ง จำกัด

UN เป็น BRAND ที่นำเข้ามาจำหน่ายในไทยนานแล้วเช่นกัน มีช่องทางการจำหน่ายหลักอยู่ที่ห้างเซ็นทรัล ทุกสาขา ผลิตสินค้าเฉพาะกลุ่ม ACCESSORIES เท่านั้น สินค้าโดยทั่วไปมีคุณภาพค่อนข้างดี ราคาสูง การวางจำหน่ายไม่ครอบคลุมพื้นที่การจำหน่ายคือมีเฉพาะในห้างเซ็นทรัล และโรบินสัน เท่านั้น กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้หญิงวัยทำงาน และคนรุ่นใหม่ที่ค่อนข้างมีฐานะดี

3. LEVON

LOGO :

บริษัทเจ้าของสินค้า :

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า :

LEDVON เป็นสินค้าที่นำเข้ามาจำหน่าย เมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมา โดยมีจุดขายอยู่ที่ราคาไม่แพง คุณภาพพอใช้ได้ สินค้ามีให้เลือกไม่มากนัก มีช่องทางการจำหน่ายหลักอยู่ที่ร้านขายอุปกรณ์ถ่ายภาพทั่วไปในกรุงเทพฯ และจังหวัดใหญ่อื่นต่างจังหวัด มีสินค้าที่เป็นคู่แข่งทางการตลาดของ ELECPRA เพียงกลุ่มผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด กลุ่มเป้าหมายคือ นักศึกษา คนทำงานรุ่นใหม่ทั่วไป

4. KODAK

LOGO :



บริษัทเจ้าของสินค้า : บริษัท โกดัก (ประเทศไทย) จำกัด
บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า : บริษัท โกดัก (ประเทศไทย) จำกัด
ผลิตภัณฑ์โกดักมีชื่อเสียงมานาน มีคุณภาพสินค้าดี เข้ามาทำ
ตลาดในไทยเป็นเวลานาน และประสบความสำเร็จอย่างมากในตลาดผลิตภัณฑ์
ถ่ายภาพ มีความครอบคลุมสินค้าที่เกี่ยวกับการถ่ายภาพมาก ตั้งแต่ฟิล์ม กล้องคอมแพ็ค
ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการล้างอัดภาพ ฯลฯ แต่สินค้าที่เป็นคู่แข่งทางการตลาดของ
ELECTRA หรือผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด (ซึ่งมีเพียงกระดาษ และน้ำยาเช็ดเลนส์)
และกล้องคอมแพ็คที่โกดักเป็นเจ้าของตลาดอยู่ จุดขายของโกดัก คือ BRAND
IMAGE ที่อยู่เหนือกว่าคู่แข่งชั้น และมีกลุ่มผู้บริโภคของตัวเองที่มี BRAND ROYALTY
โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นวัยกลางคนขึ้นไป มีพื้นที่การจำหน่ายครอบคลุมทั่วประเทศ
ผ่านทางศูนย์บริการล้างอัดภาพโกดัก ห้างสรรพสินค้า และร้านจำหน่ายอุปกรณ์
กล้องทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. FUJI

LOGO :



บริษัทเจ้าของสินค้า : บริษัท ฟุจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัทจัดจำหน่ายสินค้า : บริษัท ฟุจิโฟโต้ฟิล์ม (ประเทศไทย) จำกัด

ผลิตภัณฑ์ฟุจิเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยกว่า 40 ปีแล้ว

และประสบความสำเร็จอย่างมากในช่วง 6-7 ปีที่ผ่านมา โดยเริ่มจากการกำหนด
กลุ่มผู้บริโภคอย่างชัดเจน คือ กลุ่มวัยรุ่น และคนรุ่นใหม่ ซึ่งมี BRAND ROYALTY
ต่อเทคโนโลยีสูงนัก มีสินค้าที่เป็นคู่แข่งทางการตลาดของ ELECTRA คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์
กล้องคอมแพ็ค โดยฟุจิมิมีช่องทางการจำหน่ายครอบคลุมทั้งประเทศ ผ่านทางศูนย์
บริการฟุจิเอ็กซ์เพรส ห้างสรรพสินค้า และร้านจำหน่ายอุปกรณ์กล้องทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องมีการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต เพื่อการเลือกใช้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด กล่าวคือ ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิต เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้สะดวกต่อการผลิต ประหยัดและสวยงาม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ตลอดการใช้งาน ง่ายต่อการบรรจุขนส่งและกักซาก มีความเหมาะสมด้านราคาและจำนวนการผลิต การส่งเสริมและภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสามารถผลิตได้จริงในระบบอุตสาหกรรมไทย

2.5.1 วิเคราะห์และสรุปวัสดุที่ใช้ในการผลิต

จากขอบเขตของโครงการฯ ซึ่งประกอบด้วยโครงสร้างประเภทต่างๆ ซึ่งสามารถแบ่งการวิเคราะห์วัสดุต่างๆ ได้ตามลักษณะบรรจุ ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องสำหรับกล่องกระดาษแข็งเลนส์, กล่อง DISPLAY สำหรับกล่องกระดาษแข็งเลนส์, กล่องชุดทำความสะอาด, กล่องเครื่องดูดฝุ่นกล่อง DISPLAY สำหรับของสารดูดความชื้น, กล่องกล่องคอมแพ็ค, กระเป๋ากันน้ำ และกระเป๋าถ่ายภาพได้น้ำ เนื่องจากการทำงานที่บรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมามีเงื่อนไขความต้องการทางวัสดุที่ใกล้เคียงกันมาก จึงทำการวิเคราะห์วัสดุร่วมกัน โดยมีข้อพิจารณาในการเลือกวัสดุ คือ
 - ความทนทานต่ออายุการใช้งาน การเปิดปิด สามารถรับน้ำหนักจากตัวสินค้า การวางซ้อนกัน การเสียดสี แรงกระแทกในการขนส่ง
 - ราคา
 - คุณภาพที่เหมาะสมต่อการพิมพ์
 - ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

วัสดุที่อยู่ในข่ายพิจารณา

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
1. กระดาษอาร์ตมัน 275 gram	พิมพ์ได้สวยงาม มีผิวมัน	มีราคาสูง รับน้ำหนักแรงกดได้แต่ไม่มาก
2. กระดาษอาร์ตมัน 310 gram	พิมพ์ได้สวยงาม มีผิวมัน รับน้ำหนักได้ดี	ราคาสูง
3. กระดาษ Duplex ขัดมัน 275 gram	มีผิวมัน พิมพ์ได้สวยงาม	ราคาไม่สูง รับน้ำหนักได้ไม่มาก
4. กระดาษ Duplex ขัดมัน 310 gram	มีผิวมัน พิมพ์ได้สวยงาม รับน้ำหนักได้ดี	ราคาไม่สูง
5. กระดาษ Recycle สีขาว	รักษาสภาพแวดล้อม	ราคาสูงมาก เนื่องจากนำเข้าจากต่างประเทศ

สรุป เลือกใช้กระดาษ Duplex ขัดมัน 310 gram สำหรับบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง

2. บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติกสำหรับ ผลิตภัณฑ์น้ำยาเช็ดเลนส์ และน้ำยาเช็ดบอดี้ มีข้อพิจารณาในการเลือกวัสดุ และมีวัสดุที่อยู่ในข่ายพิจารณา ดังนี้

คุณสมบัติ	PE		PP	PS	PVC
	LDPE	HDPE			
ความทนทานต่อความ อุณหภูมิสูง	พอใช้	พอใช้ดี	ดี	พอใช้	เลว-พอ ใช้
การซึมผ่านของออกซิเจน	สูงมาก	สูง	สูง	สูง	ต่ำ
การต้านทานแรงกระแทก	ดีเลิศ	ดีเลิศ	พอใช้ดี	เลว-ดี	พอใช้ดี
ความทนทานต่อต่าง	ดี-ดีมาก	ดี-ดีมาก	ดีมาก	ดี	ดี-ดีมาก
ราคาต่อหน่วย	ต่ำ	ต่ำ	ปานกลาง	ปานกลาง	ปานกลาง

สรุป เลือกใช้พลาสติกประเภท HDPE ในการผลิตขวดน้ำยาเช็ดเลนส์ และน้ำยาเช็ดบอดี้ ด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบ BLOW MOLDING

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในส่วนของฝาเกลียวนั้นมีวัสดุที่อยู่ในข่ายพิจารณาดังนี้

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
PP	<ul style="list-style-type: none"> - ด้านทานต่อการแตกร้าวดี - ทนต่อกรดต่าง สารเคมี - ทนอุณหภูมิสูง 	<ul style="list-style-type: none"> - ด้านทานแรงตกกระแทกต่ำ - แดงง่ายที่อุณหภูมิต่ำ
LDOE	<ul style="list-style-type: none"> - ยืดหยุ่นดี - ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น - ราคาถูก - ทนต่อการแตกร้าวได้ดี 	<ul style="list-style-type: none"> - ป้องกันก๊าซไม่ดี
HDPE	<ul style="list-style-type: none"> - แข็งแรงและเหนียวกว่า LDPE - ไม่มีรส ไม่มีกลิ่น - ด้านทานการแตกร้าว - ป้องกันความชื้นและก๊าซ - ทนความร้อน - ราคาถูก 	

สรุป เลือกใช้พลาสติก HDPE ในการผลิตฝาเกลียว

3. บรรจุภัณฑ์ประเภท BLISTER PACKAGING สำหรับผลิตภัณฑ์ ลูกยางเป่าทำความ สะอาด และผลิตภัณฑ์สายสะพาย มีวัสดุที่อยู่ในข่ายการพิจารณาดังนี้

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
อะซิเตท	- มีความใส - ขึ้นรูปด้วยความร้อนดีเลิศ - มีความต้านต่อการตกกระแทก	- ไม่ทนอุณหภูมิต่ำ
สไตรีน	- มีความใสดีเลิศ	- ไม่ทนต่อกัจัดตกกระแทก - แดงง่าย - ไม่ทนอุณหภูมิต่ำ
ไวนิล	- ราคาถูก - มีความเหนียวดีเลิศ	- อ่อนตัว - ไม่ทนต่อการตกกระแทก - ไม่ทนอุณหภูมิต่ำ

สรุป เลือกพลาสติก อะซิเตท เพื่อใช้ทำ BLISTER PACKAGING ส่วนพลาสติกด้าน หน้า

ส่วนกระดาษแข็ง เป็นโครงสร้างที่สำคัญสำหรับการหีบห่อแบบบลิส เตอร์ ควรเลือกใช้ให้เหมาะสมกับขนาดรูปร่าง และน้ำหนักของสินค้า และผิวหน้าต้อง มีความเหมาะสมต่อการพิมพ์ โดยมีวัสดุที่มีความเหมาะสม คือ กระดาษแข็งชนิด เคลือบแป้ง

4. บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องพลาสติกสำหรับผลิตภัณฑ์ฟิลเตอร์

ในส่วนของฝาใสด้านหน้ามีพลาสติกที่อยู่ในข่ายการพิจารณาที่โดดเด่นเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับพลาสติกตัวอื่นๆ คือ PS เนื่องจากมีความใส แข็งแรงเหมาะสมกับกรรมวิธีการผลิตแบบ INJECTION และมีราคาถูก และในส่วนของฝาล้างก็มี พลาสติกที่โดดเด่น เหมาะสมเช่นกัน เมื่อเทียบกับพลาสติกตัวอื่น คือ PE เนื่องจาก

คุณสมบัติความเหนียวที่เชื่อต่อการทำบานพับ ความยืดหยุ่นในการทำตัวล็อกแบบ SNAP ความเหมาะสมกับการผลิต แบบ INJECTION ความสามารถในการทำสี และมีราคาถูก

3. โครงสร้าง THERMO FORMING ภายในบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ชุดทำความสะอาด และเครื่องดูดฝุ่นมีวัสดุที่อยู่ในข่ายการพิจารณาดังนี้

วัสดุ	ข้อดี	ข้อเสีย
PS	ไม่มีไฟฟ้าสถิต ปราศจากฝุ่นและกลิ่น มีความคงตัวในการขึ้นรูป	มีการแตกจากแรงกระแทกได้ มีความยืดหยุ่นตัวในการล็อก ชิ้นส่วนต่างๆ น้อย
HDPE	มีความแข็งแรง ต้านทานต่อการแตกดีมาก ทนอุณหภูมิต่ำ	มีจุดหลอมเหลวสูงกว่า ต้านทานแรงกดได้ไม่ดีนัก
PP	มีจุดหลอมเหลวต่ำ ต้านทานแรงกดดี มีการหยุดตัวดี ต้านทานต่อการแตกดีมาก	

สรุป เลือกพลาสติก PP มาใช้ในการทำถาดพลาสติก THERMOFORM

2.5.2 วิเคราะห์ระบบการพิมพ์

- ระบบการพิมพ์ที่ใช้กันบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง, กระดาษแข็ง และฉลากต่างๆ ที่มีความเหมาะสมต่อการพิมพ์ 4 สี มี 3 ระบบได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ระบบออฟเซต
2. ระบบกราเวียร์
3. ระบบซิลค์สกรีน

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์กล่อง

เงื่อนไขพิจารณา	OFFSET	GRAVURES	SILK SCREEN
จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ	3000 ขึ้น	10000 ขึ้น	10-1000 ขึ้น
ความสวยงาม	4	4	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ(ที่4000-10000 ขึ้น)	3	2	3
พิมพ์ได้หลายสี	4	4	3
การผลิตง่ายและความแพร่หลาย	4	3	4

สรุป เลือกใช้การพิมพ์ระบบ OFFSET เนื่องจากมีความสวยงามและมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยถูกกว่าระบบกราเวียร์

2. ระบบการพิมพ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์กระป๋องเสปร์ย์ทำความสะอาด

การพิมพ์บนกระป๋องโลหะนิยม ใช้ระบบออฟเซต เนื่องจากให้สีเหมือนจริงและผลิตได้รวดเร็ว ดังนั้นจึงเลือกระบบออฟเซต ในการพิมพ์บนกระป๋องเสปร์ย์ทำความสะอาดทั้งสองขนาด

1. ระบบออฟเซ็ท
2. ระบบกราเวียร์
3. ระบบซิลค์สกรีน

ตารางวิเคราะห์ระบบการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์กล่อง

เงื่อนไขพิจารณา	OFFSET	GRAVURES	SILK SCREEN
จำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ	3000 ชิ้น	10000 ชิ้น	10-1000 ชิ้น
ความสวยงาม	4	4	3
ต้นทุนการผลิตต่ำ(ที่4000-10000 ชิ้น)	3	2	3
พิมพ์ได้หลายสี	4	4	3
การผลิตง่ายและความแพร่หลาย	4	3	4

สรุป เลือกใช้การพิมพ์ระบบ OFFSET เนื่องจากมีความสวยงามและมีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยถูกกว่าระบบกราเวียร์

2. ระบบการพิมพ์ที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์กระป๋องเสปรียทำความสะดวก

การพิมพ์บนกระป๋องโลหะนิยม ใช้ระบบออฟเซ็ท เนื่องจากให้สีเหมือนจริงและผลิตได้รวดเร็ว ดังนั้นจึงเลือกระบบออฟเซ็ท ในการพิมพ์บนกระป๋องเสปรียทำความสะดวกทั้งสองขนาด



บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

การพัฒนาการออกแบบ

3.1 สรุปขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบขั้นแบบร่าง

ในการทำงานขั้นตอนแบบร่างนำข้อสรุปขั้นตอน และรายละเอียดการออกแบบเป็น 2 ส่วน คือ ด้านกราฟิก และด้านโครงสร้าง

3.1.1 ด้านกราฟิก ออกแบบโดยใช้ สไตส์ MODERN ซึ่งมี 3 แนวทาง ในการออกแบบ คือ SMART EARTHY และ CASUAL ซึ่งแท้จริงแล้วแต่ละ DESIGN ในแนวทางทั้ง 3 ก็ มี KEYWORD ที่ใช้ประกอบในการออกแบบที่ต่างกัน รวมถึงลักษณะการ ILLUSTRATE ด้วย และเลือกแบบ SMART 3 ซึ่งมีการนำเรื่องราวของการถ่ายภาพมาใช้ในการออกแบบกราฟิกคือการเอียงกล้องถ่ายภาพทำให้เกิดกรอบเอียงๆ ทับกันอยู่เป็นแฉกสามเหลี่ยมที่มุมทั้ง 4 และนำมาพัฒนาต่อจนเป็นแบบ FIX IDEA และนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานกล่อง SLR และมีการใช้สีในการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยมีเหตุผลประกอบดังนี้คือ ใช้สีน้ำเงินสำหรับผลิตภัณฑ์ดูแลและทำความสะอาด เนื่องจากให้ความรู้สึก สะอาด เข้มขรึมตามลักษณะกล่อง SLR, สีเขียว สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มอำนวยความสะดวกเนื่องจากให้ความรู้สึกที่สื่อถึงธรรมชาติ กว้างเดินทาง ซึ่งเป็นลักษณะของผลิตภัณฑ์กลุ่มนี้ และสีแดงสำหรับผลิตภัณฑ์ฟิลเตอร์ เนื่องจากสดใส มีรสชาติ เปรียบเหมือนการแต่งแต้มสีสันในการถ่ายภาพด้วยฟิลเตอร์สีทั้ง 3 ก็เป็น COLLECTION ของสีในกลุ่มเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นแม่สีแห่งแสง ซึ่งก็คือหัวใจในการถ่ายภาพนั่นเอง ส่วนกราฟิกในกลุ่มกล่องคอมแพ็ค และอุปกรณ์เสริมนั้น สื่อถึงความสนุกสนานจากสีสันและเส้นสายของกราฟิกบนกระดาษรีไซเคิลสีน้ำตาล ซึ่งสื่อถึงความมีส่วนร่วมต่อการห่วงใยสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นลักษณะส่วนหนึ่งของผู้ชอบเดินทางท่องเที่ยว ถ่ายภาพ

3.1.2 ด้านโครงสร้าง มีการออกแบบโครงสร้าง ดังนี้

1. กล่องกระดาษเช็ดเลนส์ ออกแบบให้มีลักษณะเป็นกล่องแทนการใช้ของแก้ปัญหาของและกระดาษภายในยับ โดยมีลักษณะเป็นกล่องที่พับเข้าหากันด้านข้างมีลิ้นสำหรับล็อกและป้องกันฝุ่น ภายในออกแบบผนังด้านข้าง ตลอดจนขนาดให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สัมพันธ์กับการใช้งาน ทำให้เมื่อถึงกระดาะเข็ดเลนส์แล้วจะไม่มีแผ่นอื่นๆ หลุดตามกัน ออกมา

2. กล่อง DISPLAY สำหรับกล่องกระดาะเข็ดเลนส์ ออกแบบให้มีการล็อกกันกับ กราฟิคที่เอียงของการกรอบคือ ออกแบบพื้นให้บรรจุกล่องและซองในลักษณะที่เอียง ด้านข้างและด้านหลังผนังมีความหนาและเอียงเพื่อความสวยงาม

3. ขวดน้ำยาเชื้อเลนส์ และน้ำยาเช็ดบอดี้ ออกแบบให้สื่อถึงการความแตกต่าง ของทั้งสองผลิตภัณฑ์ โดยใช้สีของตัวขวดและฝาที่แตกต่างกัน ส่วนโครงสร้างขวดมี ลักษณะกันทั้งหมดเพื่อความประหยัด โดยไม่เสียประโยชน์ในการใช้งาน

4. ลูกลายทำความสะอาด ออกแบบให้เป็น BLISTER PACK ซึ่งฉลากด้านหลังมีความนูนเป็นสัน ในส่วนของฉากสามเหลี่ยมที่มุมทั้ง 4 และระนาบแผ่นหลังทั้งหมดด้าน หน้าสุดของ BLISTER PACK เรียบเพื่อประโยชน์ในการวางหยาช้อนกันในการขนส่ง และการวางโชว์สินค้า ได้อย่างเป็นระเบียบมั่นคง

5. กล่องชุดทำความสะอาด และกล่องเครื่องดูดฝุ่น เป็นกล่องซึ่งมีผนังด้านข้าง สอบเข้าและยังสอยเป็นมุมลงไปในด้านหน้า ส่วนโครงสร้างภายในเป็น THERMO FORM ซึ่งมีประสิทธิภาพในการล็อกชิ้นส่วนต่างๆ ประหยัดเวลามากกว่าในการบรรจุ และสะดวกในการใช้งาน และจัดเก็บเมื่อเปรียบเทียบกับ โครงสร้างกระดาะเข็ดเลนส์ที่ใช้ ภายใน

6. กล่อง DISPLAY สำหรับซองสารดูดความชื้นออกแบบให้มีลักษณะ เช่นเดียวกับ กล่อง DISPLAY สำหรับกล่องกระดาะเข็ดเลนส์ โดยมีรายละเอียดตาม ข้อ 2.

7. สายสะพาย ออกแบบให้เป็น BLISTER PACK โดยมีลักษณะเช่นเดียวกับ BLISTER PACK สำหรับลูกลายเป่าทำความสะอาด โดยมีรายละเอียดตาม ข้อ 4.

8. กล่อง FILTER ออกแบบให้เป็นกล่องพลาสติก เปิดปิดจากด้านบนพร้อมตัว ล็อกและหูแขวน ฝาหน้าใสมองเห็นผลิตภัณฑ์และฉลากภายใน

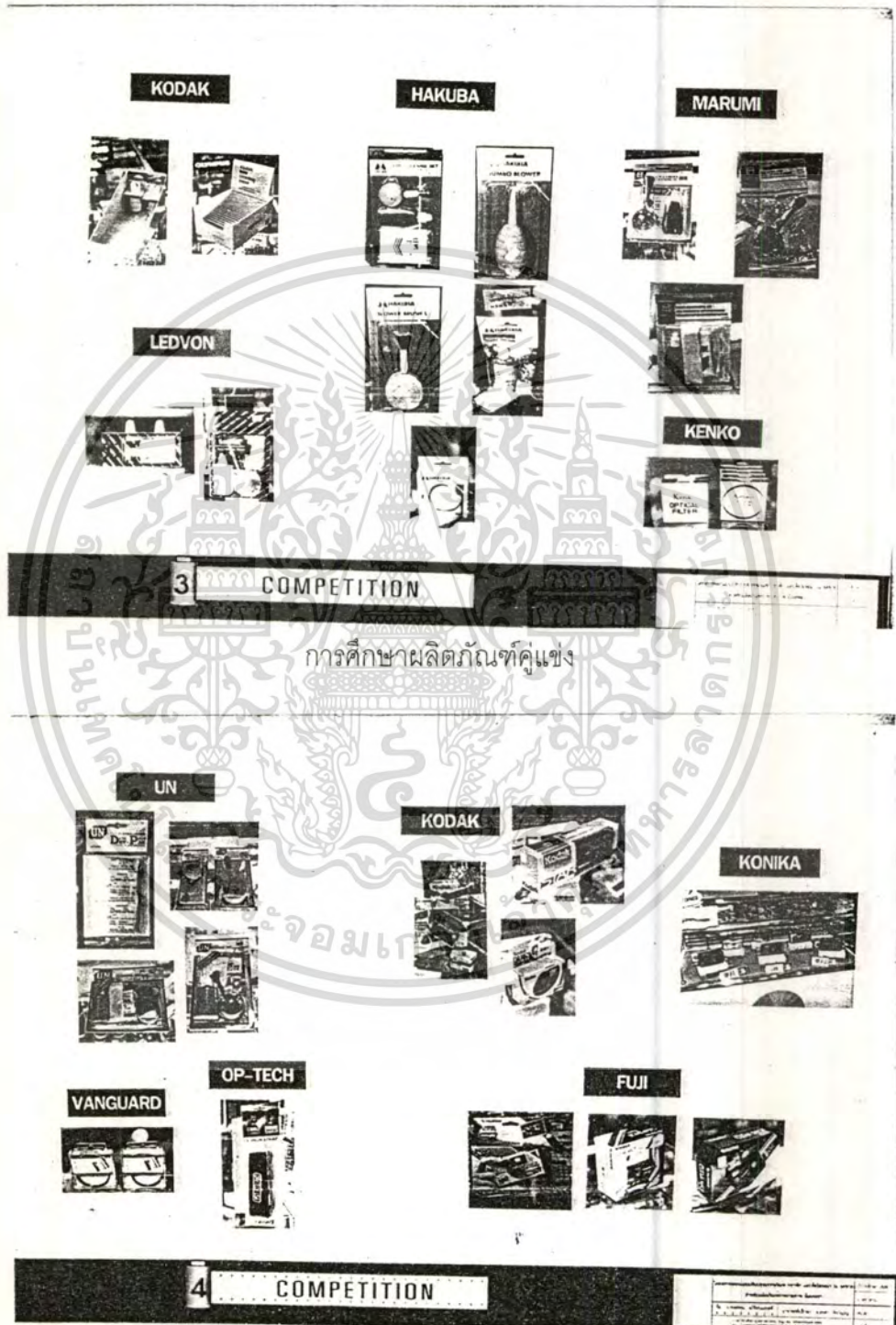
9. กล่องกล่องคอมแพ็ค ออกแบบให้เป็นกล่อง 6 เหลี่ยม วู้งแนวตั้งเพื่อสร้างความแตกต่าง น่าสนใจด้านบนมีลิ้นสำหรับล็อกฝา โครงสร้างภายในเป็นกระดาะ เข็ดเลนส์ ใช้ในการจัดเก็บกล่อง, กระเป่า และถ่าน 2 ก้อน

10. กล่องกระดาษกั้นน้ำ และกระดาษถ่ายภาพใต้น้ำ ออกแบบให้เป็นกล่อง FOLDING CARTON เปิดปิดด้านหน้า พร้อมตัวล็อก มีการเจาะ WINDOW ด้านหน้า เพื่อการมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายใน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 ภาพถ่ายย่อแผนเสนองาน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มเป้าหมายกลุ่มผลิตภัณฑ์
บุรุษและท่าความสะกด
กลุ่มจำแนกความสะกด และกลุ่มฟิลเตอร์



กลุ่มเป้าหมาย
บุรุษอายุ 18-35 ปี
มีระดับการศึกษา
ชั้นมัธยมศึกษา หรือ
ปริญญาตรีขึ้นไป

มีรายได้ต่อเดือน
ตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป
มีอาชีพเป็นช่าง
ถ่ายภาพสมัครใจ

มีสปีดเครื่อง

มีสปีดเครื่อง

6 TARGET GROUP

สรุปพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายกลุ่มผลิตภัณฑ์
กล้องควมแพคเกจอุปกรณ์เสริม

กลุ่มเป้าหมาย
คนรุ่นใหม่ - 18-35 ปี
ชาย - หญิง 1:1
ฐานะปานกลางถึงดี (C+)

บุคลิกภาพ ความเป็น
ผู้รักเทคโนโลยี
บริการลูกค้าที่มีคุณภาพ
ระบบบัญชี ออนไลน์

มีสปีดเครื่อง
คำสั่งใช้ที่ชัดเจน
ความสวยงาม
การนำเสนอ และราคา

วาระไฮเทคเครื่อง
มีกิจกรรมและนิทรรศการ
ของสินค้า - อุปกรณ์

7 TARGET GROUP

สรุปพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



BOX

Convenience
 Manufacturing
 Promotion
 Communication
 Corporate Identity
 Protection



BOTTLE

Convenience
 Manufacturing
 Promotion
 Communication
 Corporate Identity
 Stability
 Ergonomic



BLISTER PACK

Convenience
 Manufacturing
 Promotion
 Communication
 Corporate Identity
 Transportation

8 DESIGN REQUIREMENT

สรุป Design Requirement สำหรับโครงสร้างที่แตกต่างกัน

Keyword

Design Concept

Hi-Quality Product

Product Concept

Target : Male > Female
 +
 Quality +

SMART



EARTHY



CASUAL



9 CONCEPT OF DESIGN

สรุป Concept และ Keyword ที่เลือกใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SMART



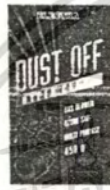
1



2



3



4



5

10 SKETCH DESIGN

แบบร่างแสดงแนวคิด Smart

ARTH



1



2



3



4

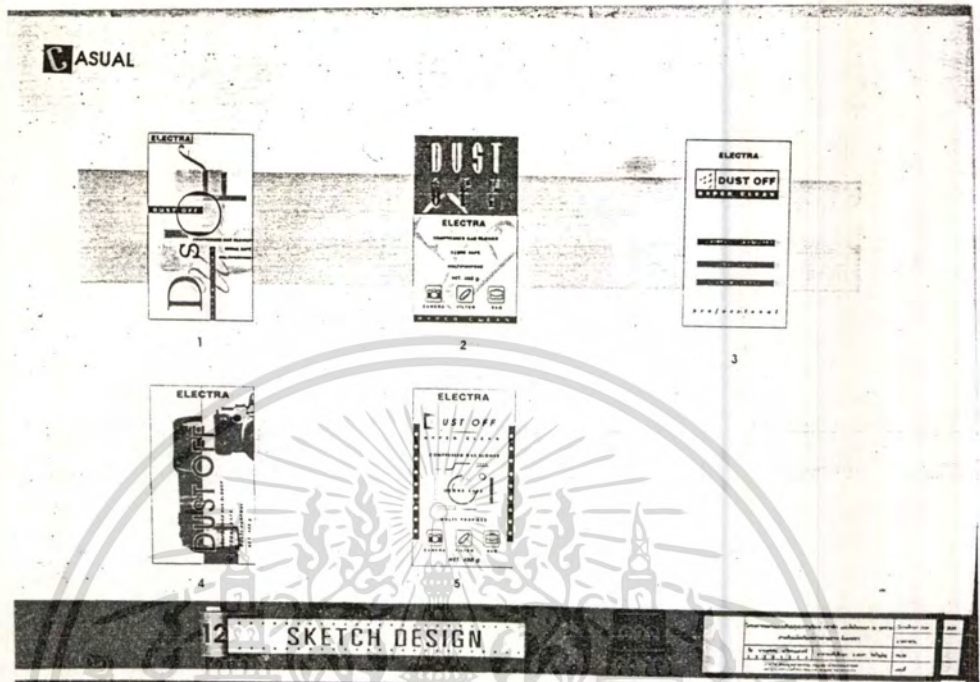


5

11 SKETCH DESIGN

แบบร่างแสดงแนวคิด Earthy

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างแสดงแนวคิด Casual

แบบที่คัดเลือกแล้ว คือ

1. แนวทาง Smart แบบที่ 1
2. แนวทาง Smart แบบที่ 3
3. แนวทาง Earthy แบบที่ 3

นำมาพัฒนาตามแนวคิดนั้นๆ โดยปรับให้เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์อื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ALTERNATIVE 1



ALTERNATIVE 2



13 ALTERNATIVE

การพัฒนาแบบจากแนวคิดที่คัดเลือกแล้ว

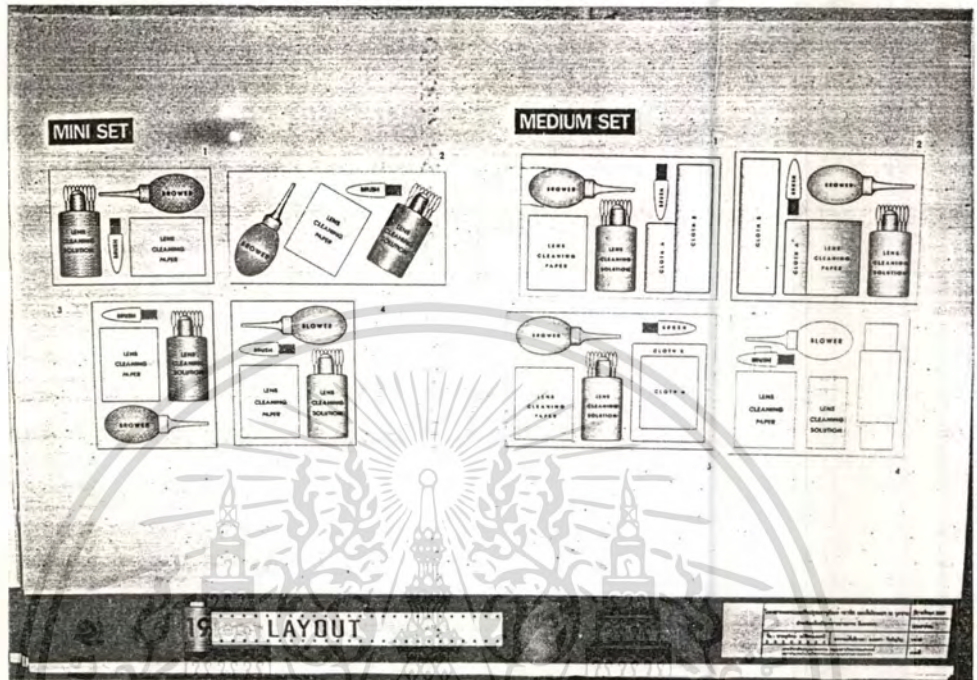
ALTERNATIVE 3



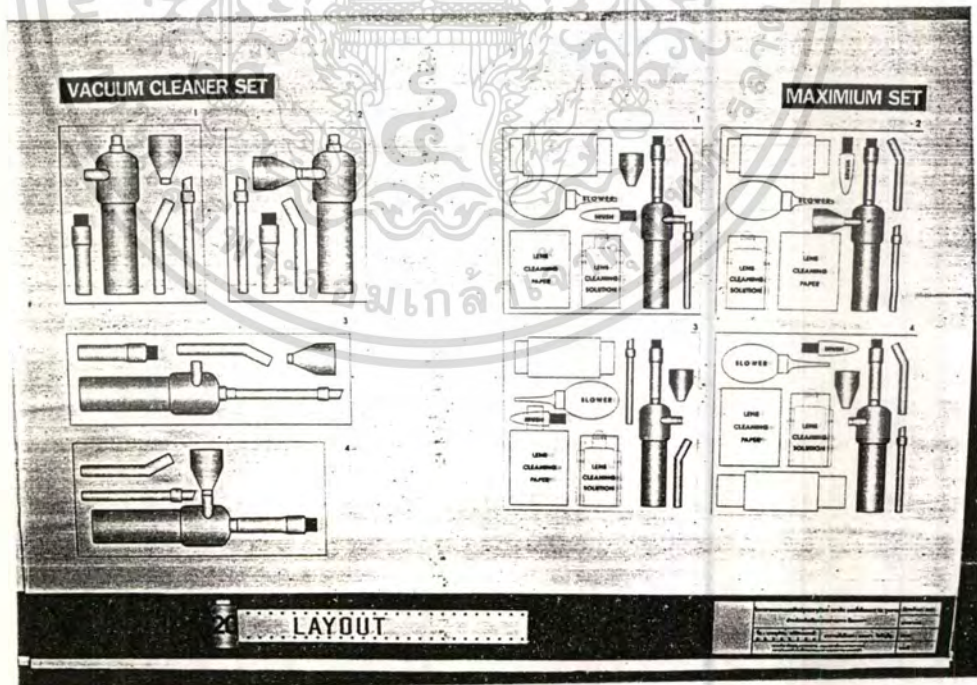
14 ALTERNATIVE

การพัฒนาแบบจากแนวคิดที่คัดเลือกแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

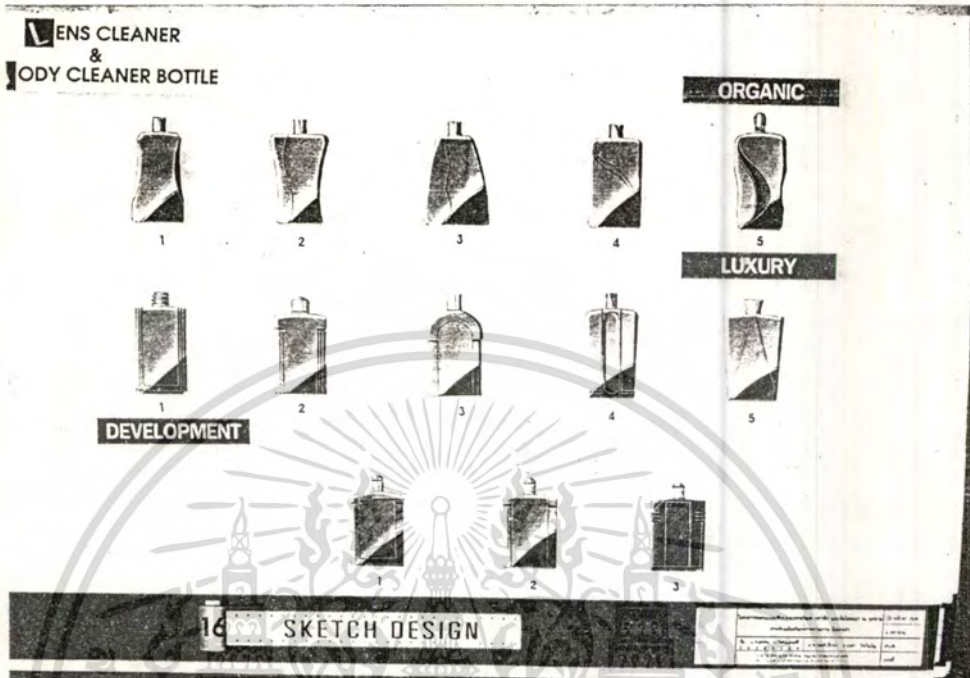


การจัดวาง Layout ชุดทำความสะอาด

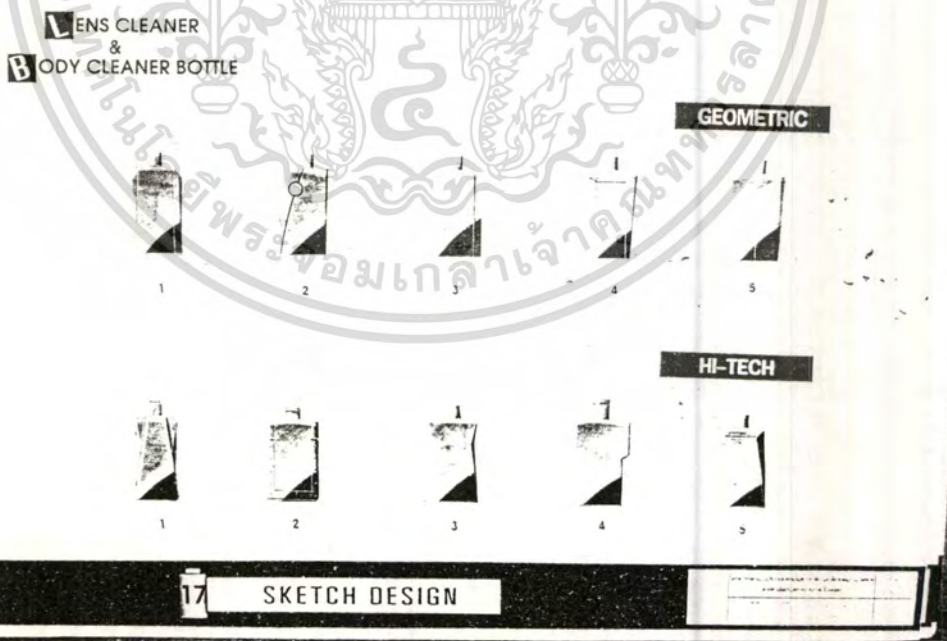


การจัดวาง Layout ชุดทำความสะอาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

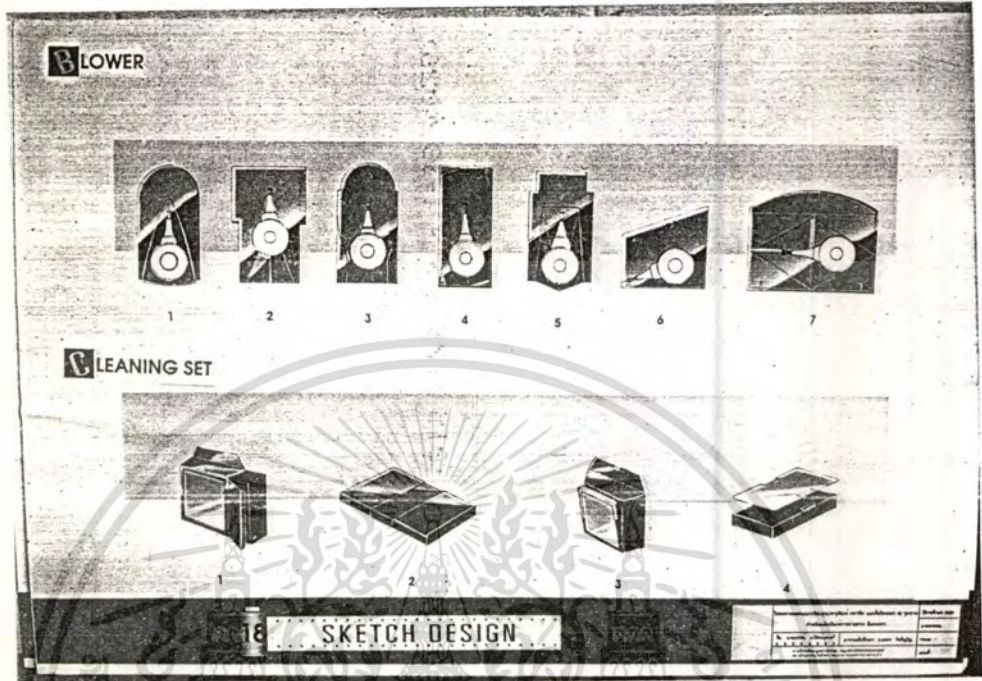


แบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขวด

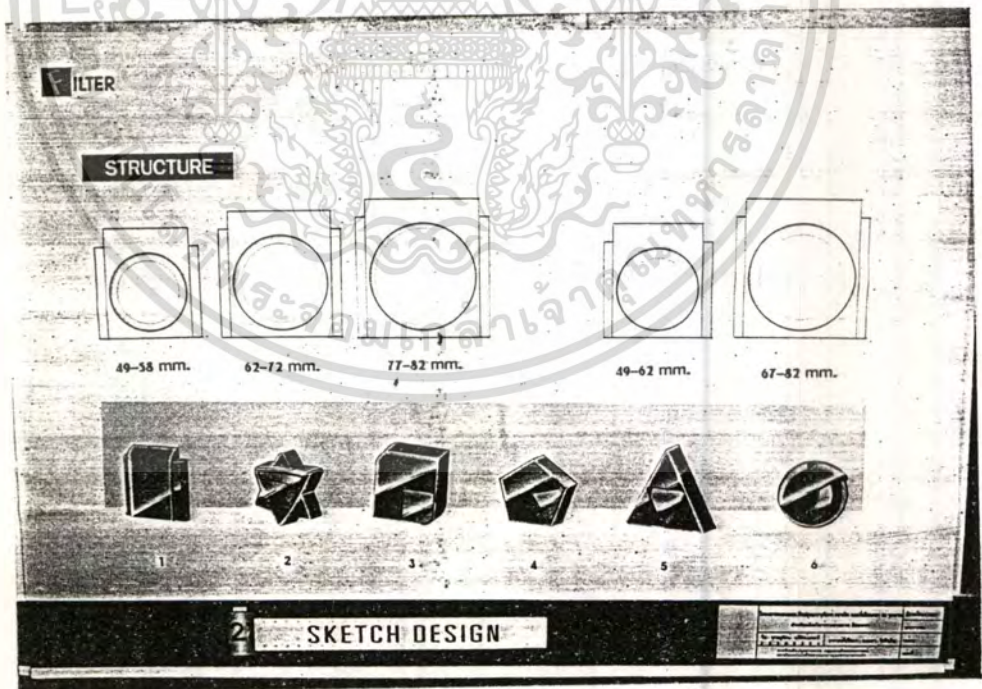


แบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขวด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

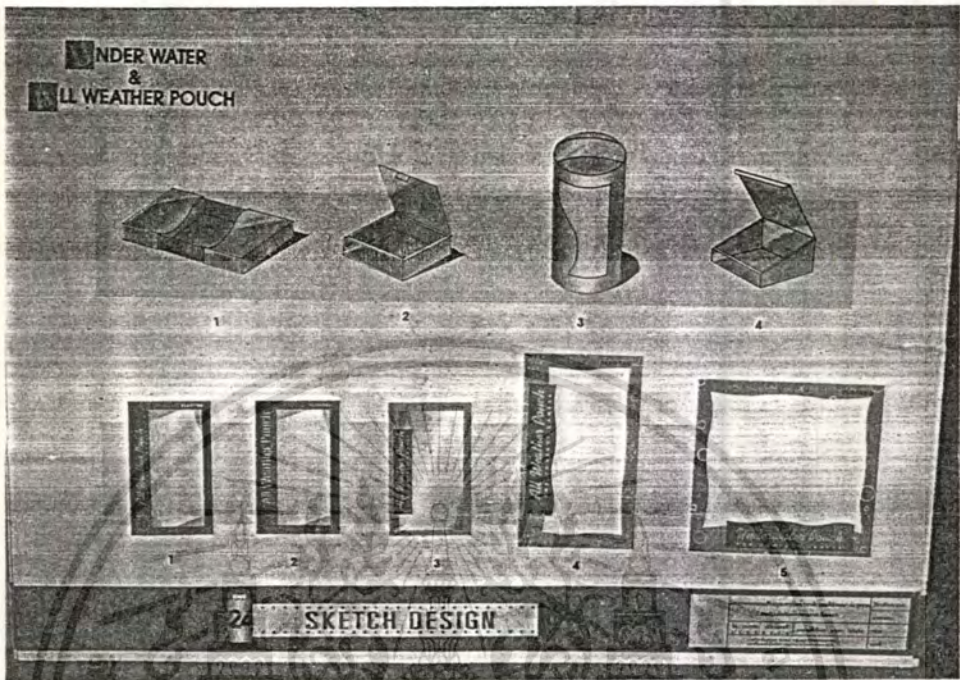


แบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ชุดทำความสะอาด



แบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ฟิลเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มกล่อง Compact



แบบร่างโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มกล่อง Compact

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

ภายหลังจากนำเสนองานในขั้นตอนแบบร่างกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ได้ให้ข้อเสนอแนะซึ่งพอสรุปได้ ดังนี้

- ควรมีกระบวนการคิดในการออกแบบที่เป็นระบบมากกว่านี้ คือ คิดจากส่วนใหญ่ไปหาส่วนย่อยในการออกแบบควร SKETCH DESIGN ในลักษณะกลุ่มแล้ว จึงแตกไปคิดย่อย
- ขาดความต่อเนื่องจากบุคลิกของบรรจุภัณฑ์เดิมคือ การใช้สีเงินเน้นตัว BRAND สีน้ำเงิน ไม่เห็นลักษณะเดิมเลย
- สีบรรจุภัณฑ์โดยรวมเมื่ออยู่รวมกันค่อนข้างมืด และตัว BRAND NAME ก็จม เพราะมีลักษณะใกล้เคียงกับสีพื้น
- สีพื้นของกลุ่มกล่องคอมแพ็ค และอุปกรณ์เสริม ซึ่งเป็นสีน้ำตาล RECYCLE ดูไม่เข้ากับ บุคลิกของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งต้องการความสดในสนุกสนาน
- โครงสร้างกล่อง DISPLAY สำหรับกล่องกระดาษแข็งเลนส์ กล่อง DISPLAY สำหรับสารดูดความชื้น, ชุดทำความสะอาด, เครื่องดูดฝุ่น, ฉลากหลัก BLISTER PACK มีความยุ่งยากซับซ้อนเกินไปในการพับ การผลิต ควรคลี่คลาย ให้เรียบง่ายลงตัวกว่านี้
- ฝาปิดกล่องกล่องคอมแพ็คแยก ควรออกให้มีการปิดที่เรียบง่าย



บทที่ 4

การนำเสนองานการออกแบบขั้นสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การนำเสนองานการออกแบบขั้นสำเร็จ

4.1 สรุปขั้นตอนการพัฒนาการออกแบบในขั้นสำเร็จ

จากข้อเสนอแนะจากกรรมการตรวจวิทยานิพนธ์ในขั้นตอนแบบร่างได้นำมาปรับปรุงการทำงานขั้นตอนการออกแบบขั้นสุดท้าย โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

4.1.1 การพัฒนาการออกแบบด้านกราฟิก

ทำการออกแบบโดยเริ่ม SKETCH จากกลุ่มรวม คือ เลือกตัวแทนกลุ่มทำความเข้าใจความสะอาดมา 2 ตัว คือ สเปรย์เนื่องจากเป็นโครงสร้างมาตรฐานและขวดน้ำยาเช็ดเลนส์ เนื่องจากเป็นกลุ่มใหญ่และต้องการให้เห็นการแสดงความแตกต่างของการใช้งาน จึงเลือกมาถึง 2 ตัว, ตัวแทน กลุ่มอำนวยความสะดวกมา 1 ตัว คือ กระจาฝ้าควดเนื่องจากเป็นโครงสร้างมาตรฐาน และตัวแทนกลุ่มผลิตภัณฑ์ฟิลเตอร์ โดยประกอบด้วย KEYWORD ต่างๆ ในแต่ละ DESIGN และหลังจากทำการเลือกมาพัฒนา ก็ทำการ FIX DESIGN ใน DESIGN แบบ B และเลือกใช้แนวทบทวนการ ILLUSTRATE จากแบบ C ซึ่งก็มีลักษณะเดียวกันจากขั้นตอนแบบร่างด้วย ซึ่งหลังจากพัฒนาแล้ว ก็เลือกใช้สีโทนเทาไล่สีในกราฟิกส่วนที่มีลักษณะเป็นม่านรูดรับแสงด้านซ้าย เพื่อแทนที่การใช้สีเงิน และให้ความรู้สึกความเคลื่อนไหวจากสีที่ไล่สลับกันทางด้านขวา โดยมีการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้วยสีตามเหตุผลเดียวกันในขั้นตอนแบบร่าง

ส่วนในกลุ่มกล่องคอมแพ็คก็นำลักษณะ เด่นจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานกล่อง SLR คือ ม่านรูดรับแสง มาคลี่คลายใช้ และใช้สีส้มที่สดใสสนุกสนานกว่าโดยใช้สี เขียว แดง น้ำเงิน เช่นกันในกลุ่มกล่องคอมแพ็ค และสีฟ้าน้ำทะเลในกลุ่ม กระจาฝ้ากล่องกันน้ำและกระจาฝ้าถ่ายภาพได้น้ำ เพื่อสื่อถึงลักษณะการใช้งานอีกทั้งยังรับกันกับสีเหลืองที่ตรงข้ามซึ่งเป็นสีผลิตภัณฑ์ด้านใน

4.1.2 การพัฒนาการออกแบบด้านโครงสร้าง

มีการคลี่คลายโครงสร้างต่างๆ ที่ได้รับข้อเสนอแนะในขั้นตอนแบบร่างให้ เรียบง่ายลงตัวและง่ายต่อการผลิตมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีความเป็น 'CORPORATE' กัน ซึ่งใช้โครงสร้างบางตัวที่เอื้อคือ การทำผนังด้านซ้ายเป็นโค้งเพื่อล้อถึงความเป็นเลนส์ที่มีรับแสงภายในจากสวนกราฟิก

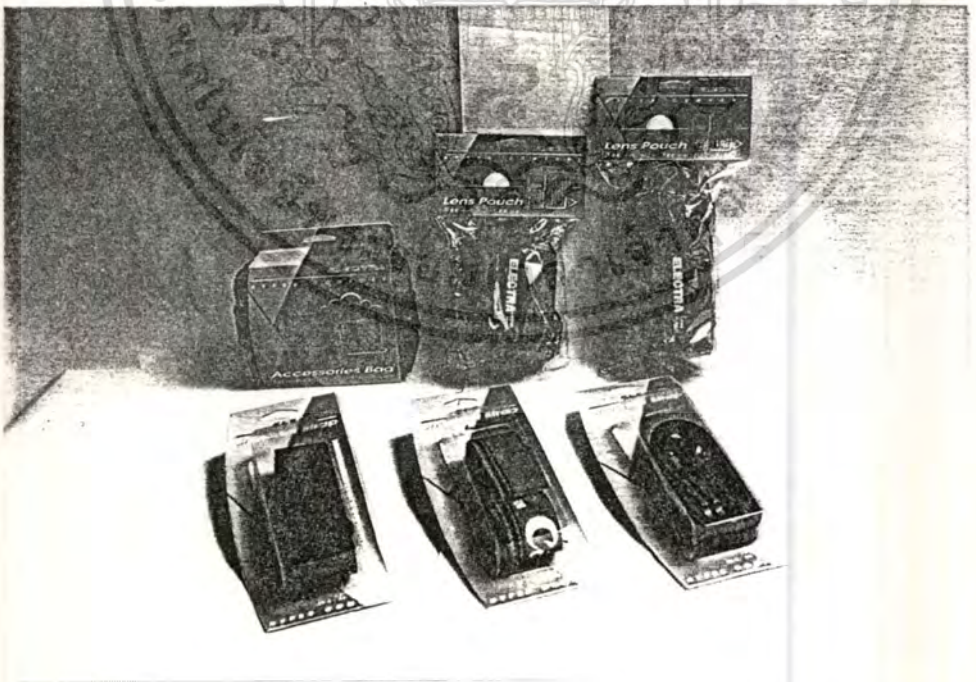


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ภาพถ่ายยี่ห้อจำหน่าย



ภาพถ่ายยี่ห้อจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแล และทำความสะอาด



ภาพถ่ายยี่ห้อจำหน่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพถ่ายย่อนุ้่นจำลองกลุ่มผลิตภัณฑ์ฟิลเตอร์



ภาพถ่ายย่อนุ้่นจำลองกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้อง COMPACT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพถ่ายยอห์นจำลองผลิตภัณฑ์กระเป๋าป้องกันน้ำ และกระเป๋าถ่ายภาพ
ใต้น้ำ สำหรับกล้อง COMPACT

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 ภาพถ่ายย่อแผนเสนองาน

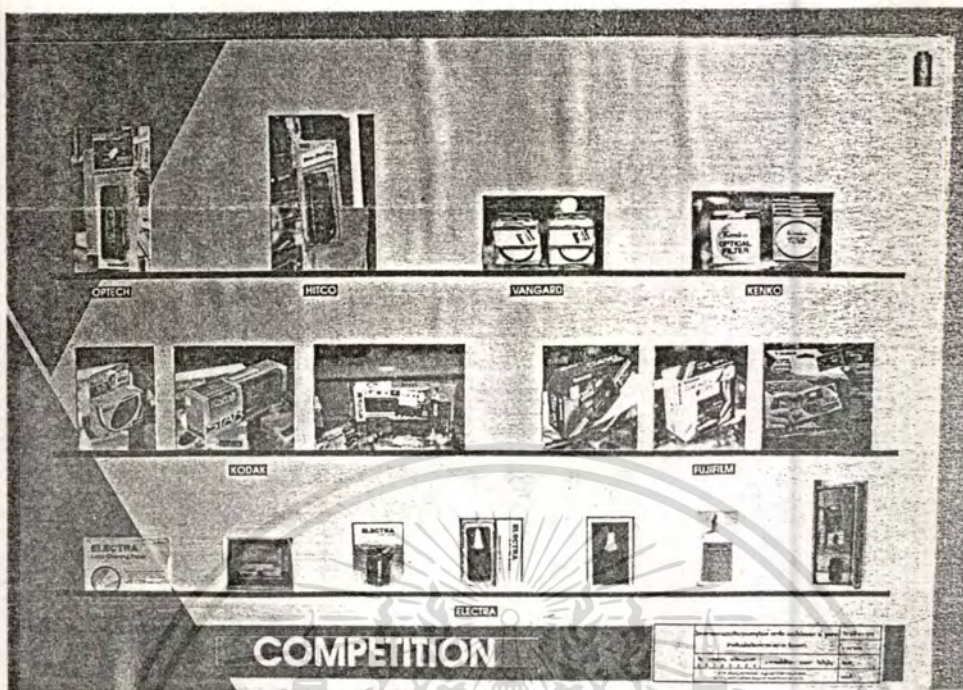


ขอบเขตโครงการออกแบบ



การศึกษาผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

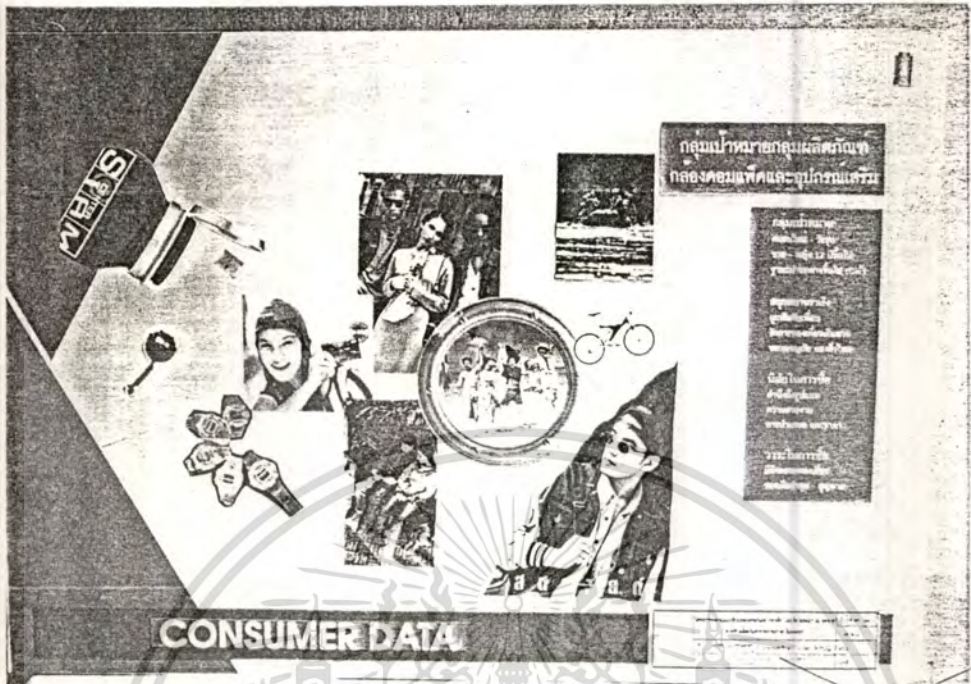


การศึกษาผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

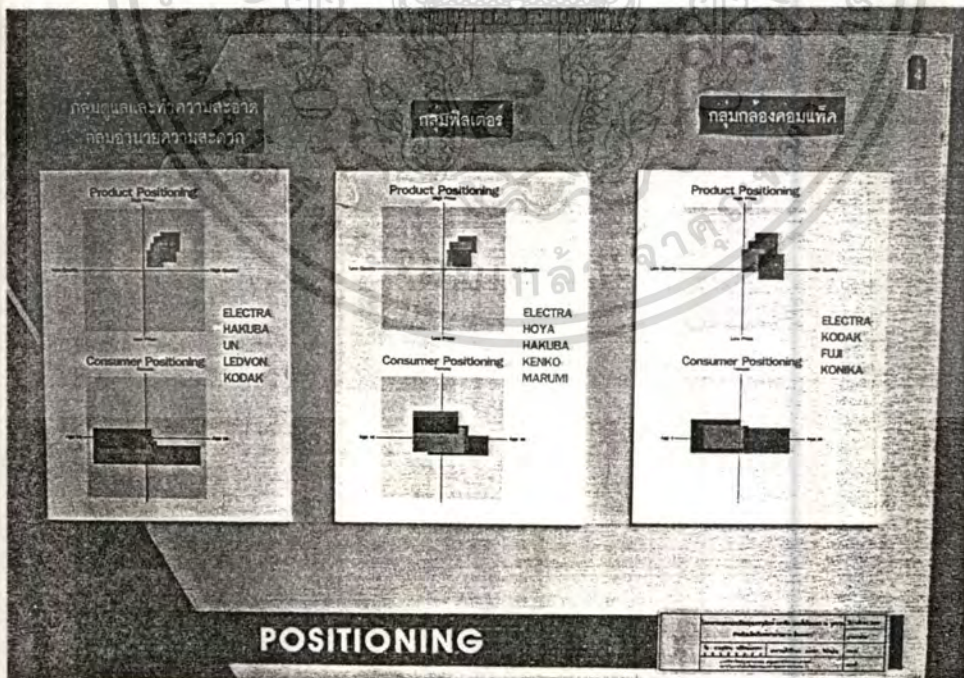


กลุ่มเป้าหมายกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานกล้อง SLR

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

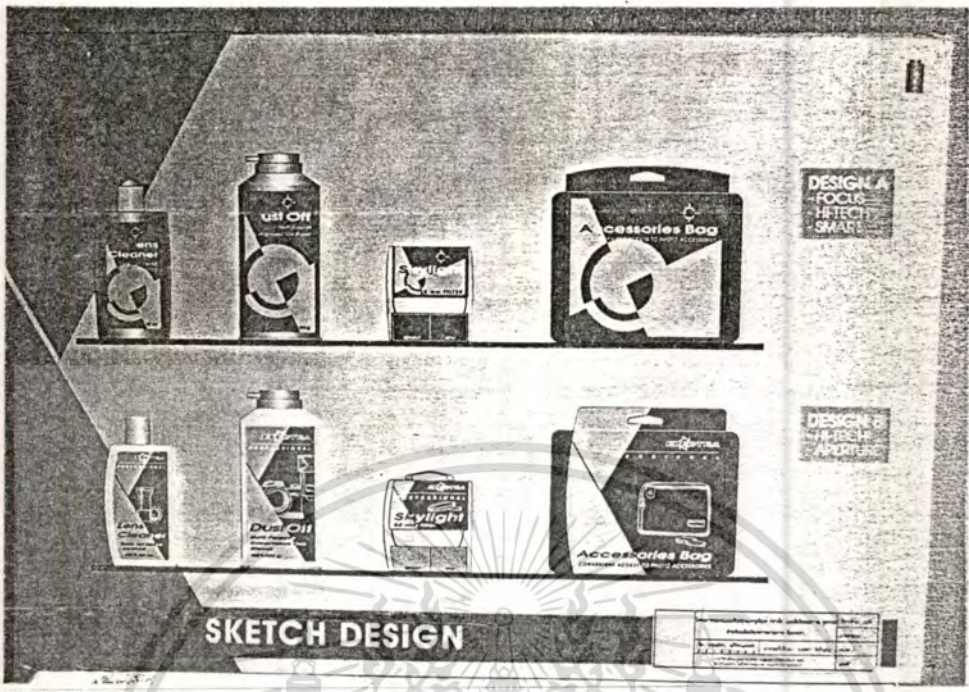


กลุ่มเป้าหมายกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้อง COMPACT และอุปกรณ์เสริม



วิเคราะห์การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

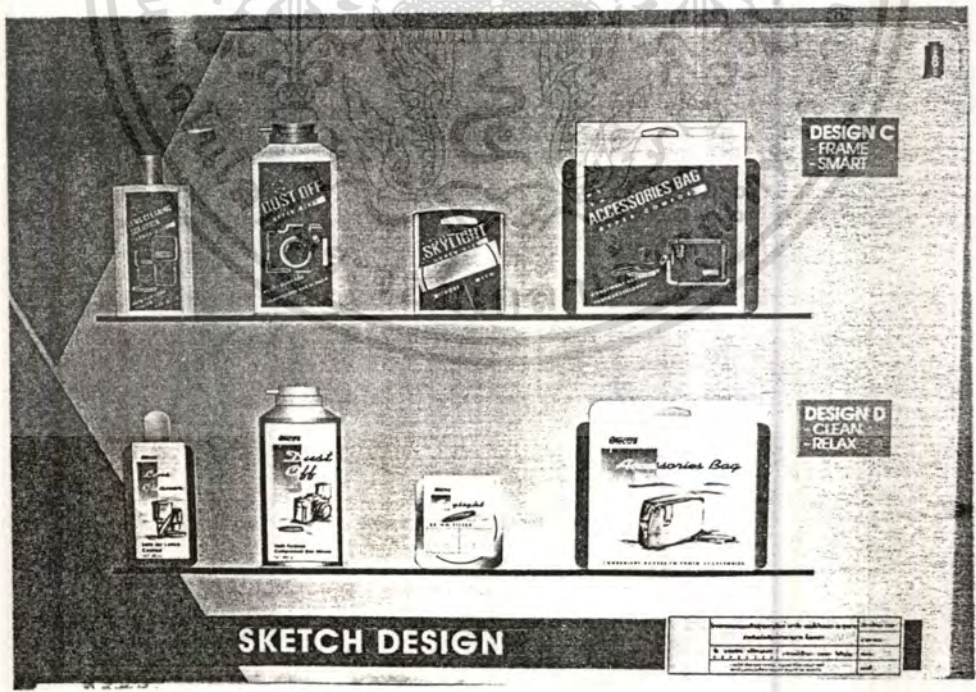


SKETCH DESIGN

SKETCH DESIGN

DESIGN A : FOCUS + HI-TECH + SMART

DESIGN B : HI-TECH + APERTURE



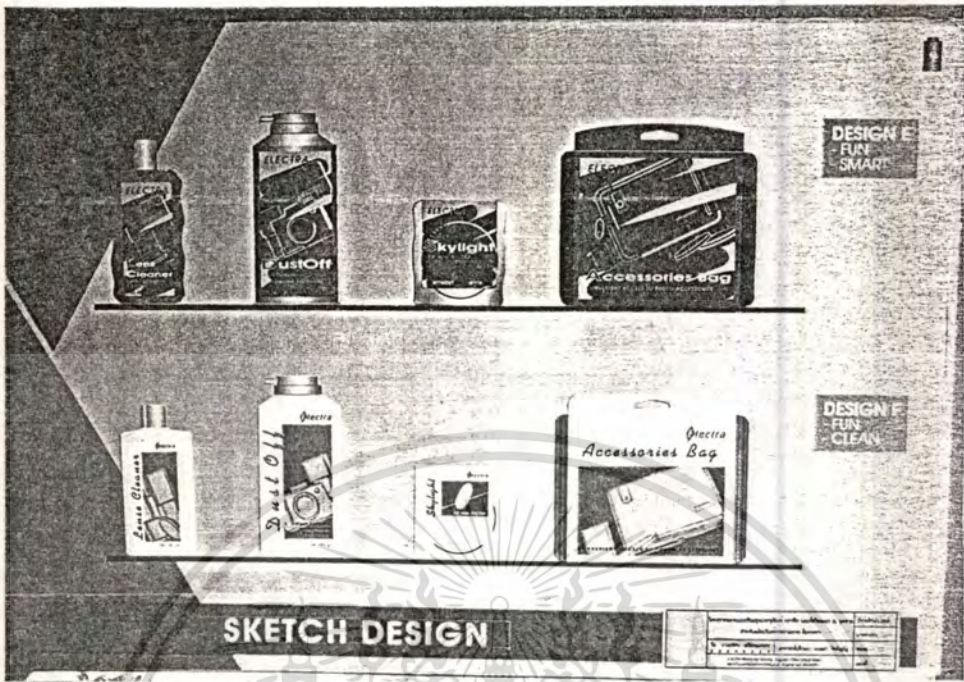
SKETCH DESIGN

SKETCH DESIGN

DESIGN C : FRAME + SMART

DESIGN D : CLEAN + RELAX

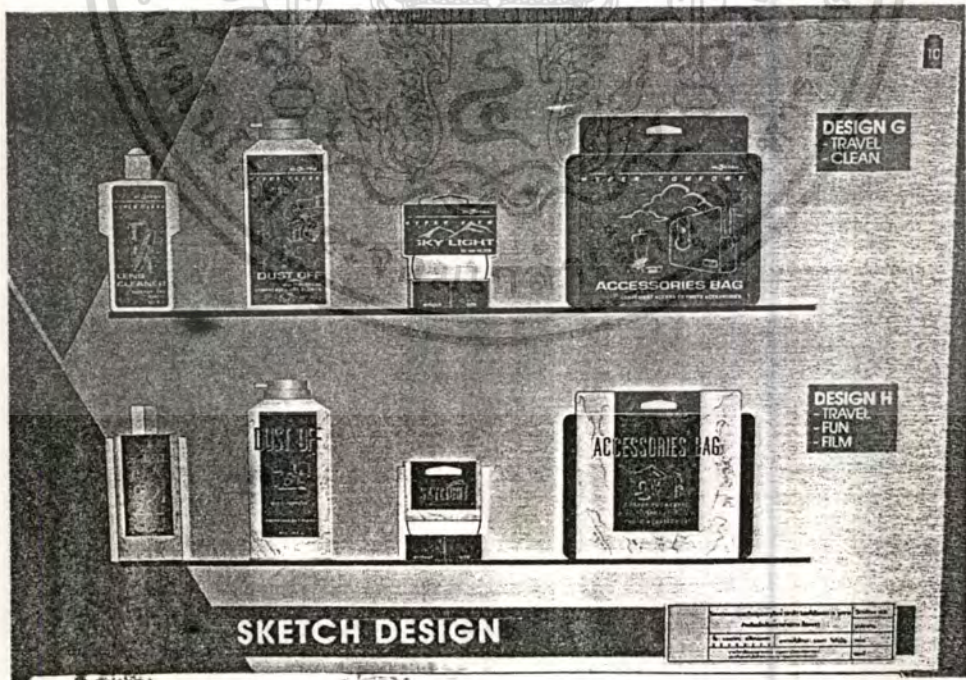
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SKETCH DESIGN

DESIGN E : FUN + SMART

DESIGN F : FUN + CLEAN

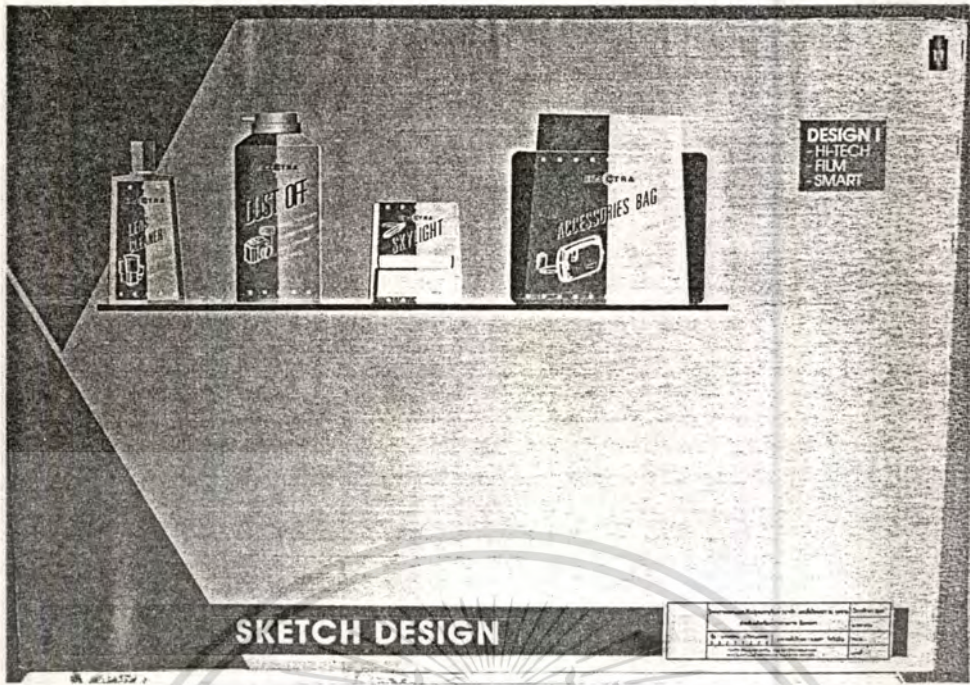


SKETCH DESIGN

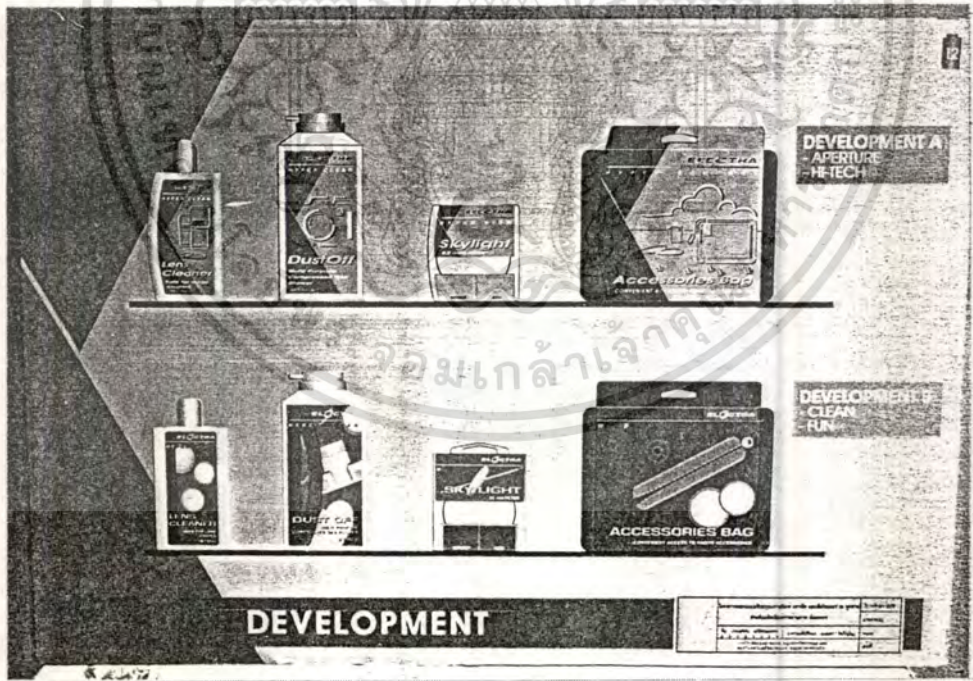
DESIGN G : TRAVEL + CLEAN

DESIGN H : TRAVEL + CLEAN + FILM

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีเหตุดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



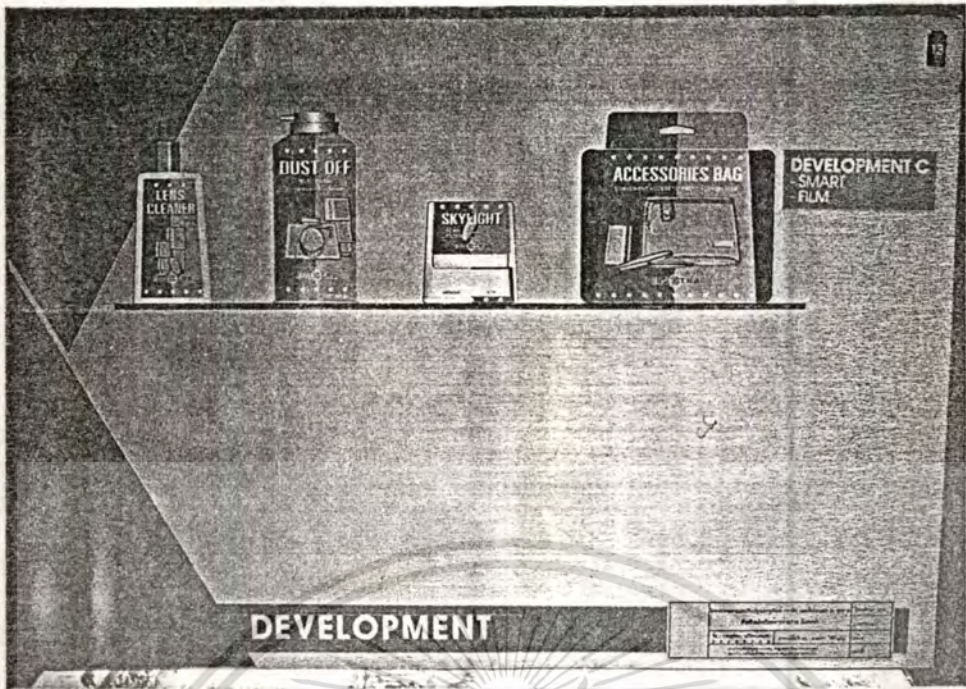
SKETCH DESIGN
 DESIGN 1 : HI-TECH + FILM + SMART
 จากนั้นเลือก DESIGN B, G และ I เพื่อพัฒนาต่อ



DEVELOPMENT

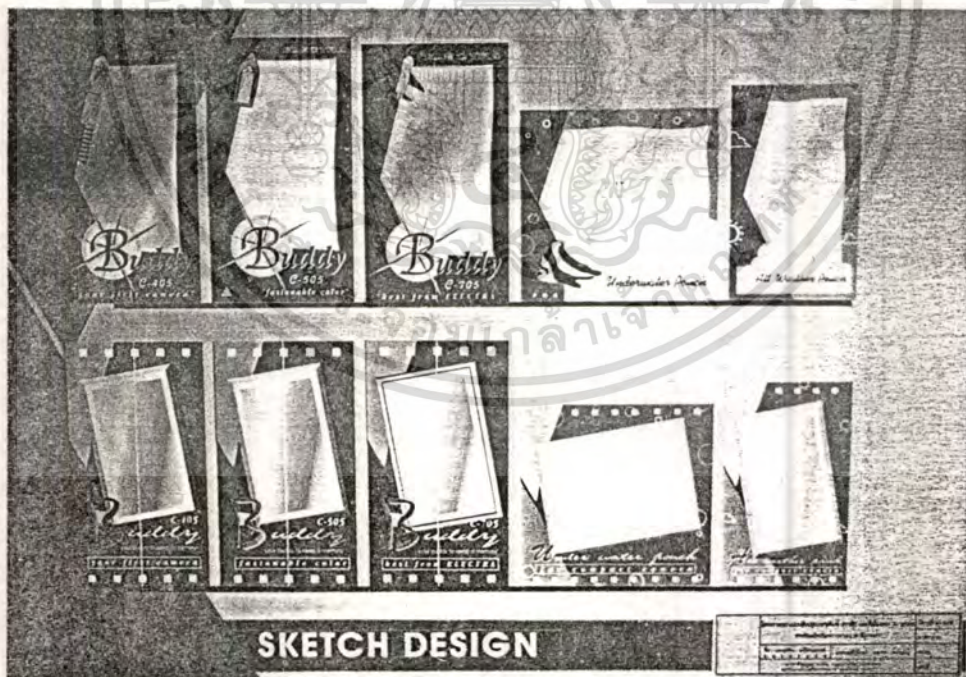
DEVELOPMENT A : เลือก DESIGN B มาพัฒนาโดยเปลี่ยนมาใช้ภาพ illustrate จาก DESIGN C และใช้สีในการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์

DEVELOPMENT B : เลือก DESIGN B มาพัฒนาโดยทดลองเปลี่ยนภาพ illustrate ให้มีความจริงใจดู ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้ มีความสนุกสนานมากขึ้น



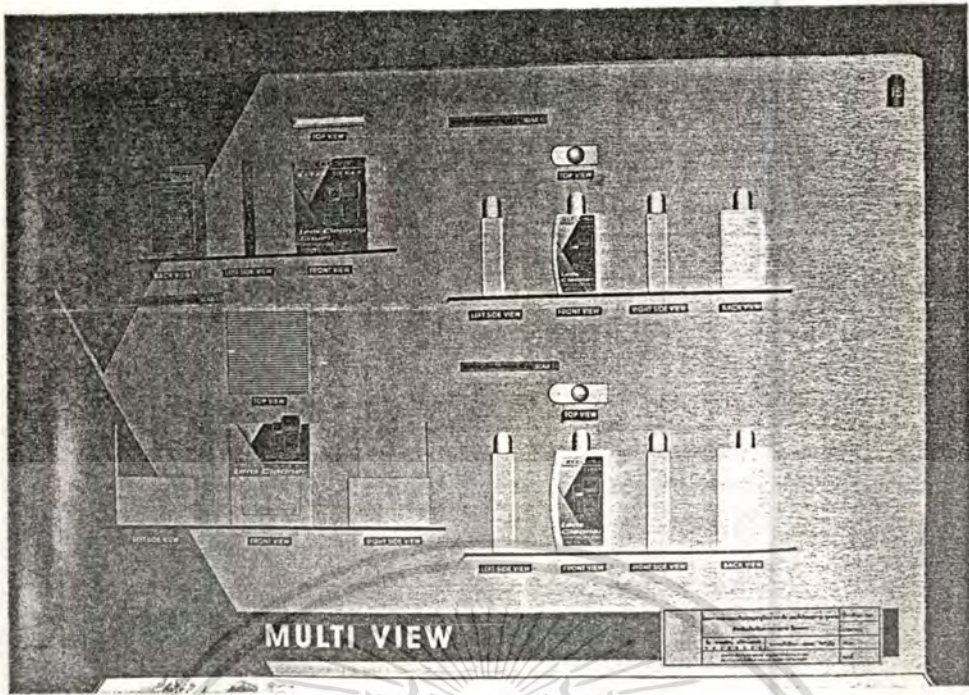
DEVELOPMENT

DEVELOPMENT C : เลือก DESIGN 1 มาพัฒนาโดยทดลองใช้สีพื้นสีเงิน และ
 นำเงินในปริมาณเท่า ๆ กัน

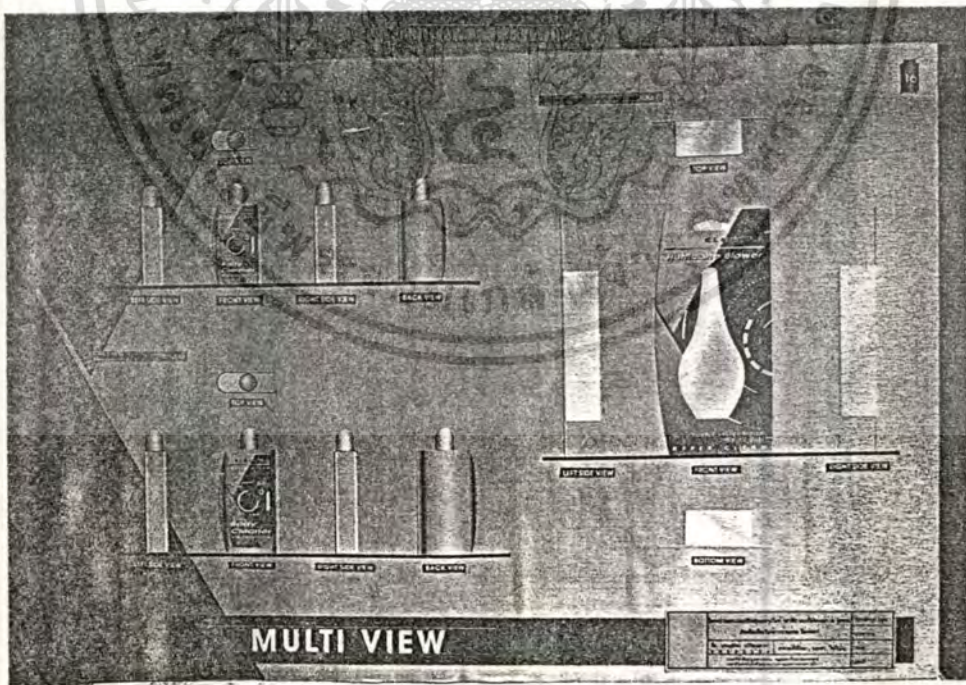


SKETCH DESIGN กลุ่มผลิตภัณฑ์กล้อง COMPACT และอุปกรณ์เสริม
 โดยนำลักษณะกราฟิกจากกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานกล้อง SLR มา
 ภายทอดปรับเปลี่ยนสีเส้น และเส้นสายให้มีความสดใส สุกสนานตาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนลิขสิทธิ์เพื่อการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม กรุณาติดต่อขอขานุญาตและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

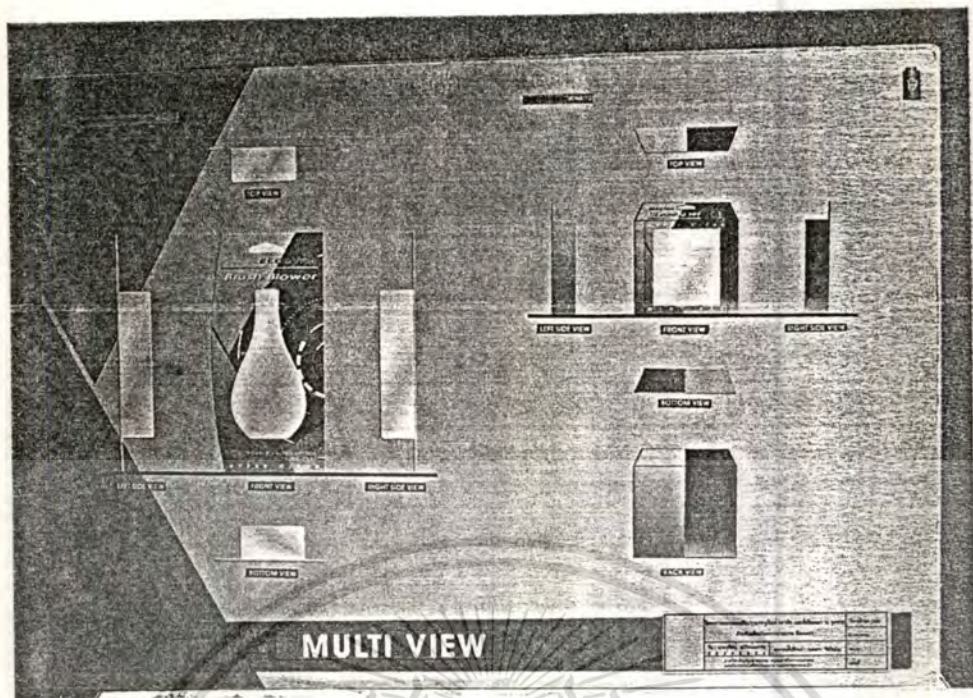


ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษเปิดเลนส์ , DISPLAY PACKAGE สำหรับกล่องกระดาษเปิดเลนส์ และ ขวดน้ำยาเปิดเลนส์ขนาด 35,70 cc.

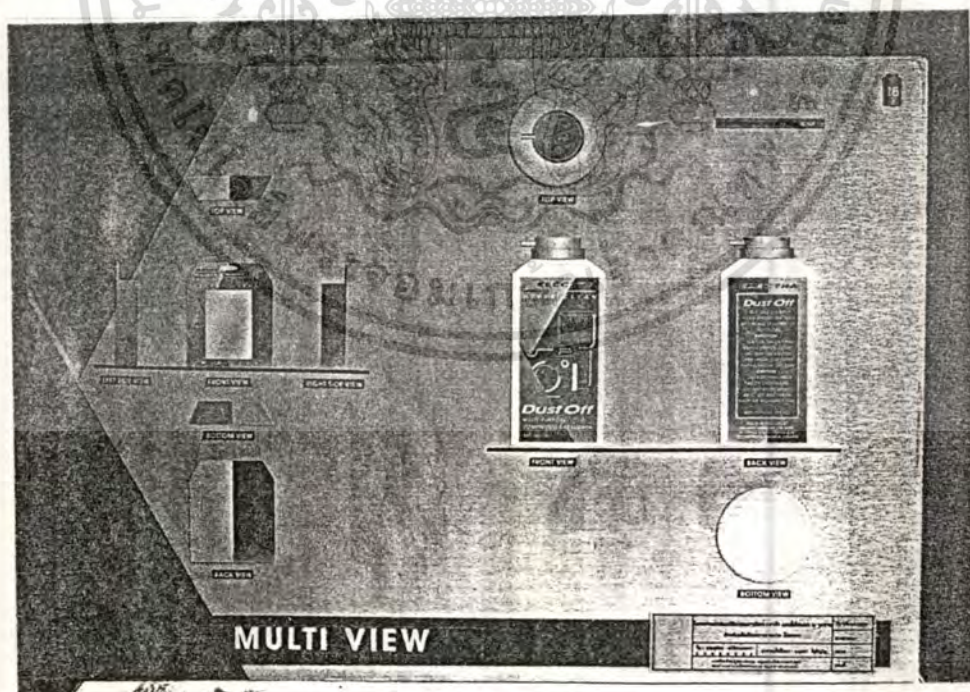


ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์ขวดน้ำยาเปิดเลนส์ขนาด 35,70 cc.

และ BLISTER PACKAGING สำหรับลูกยางเป่าทำความสะอาดแบบ HURRICANE เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

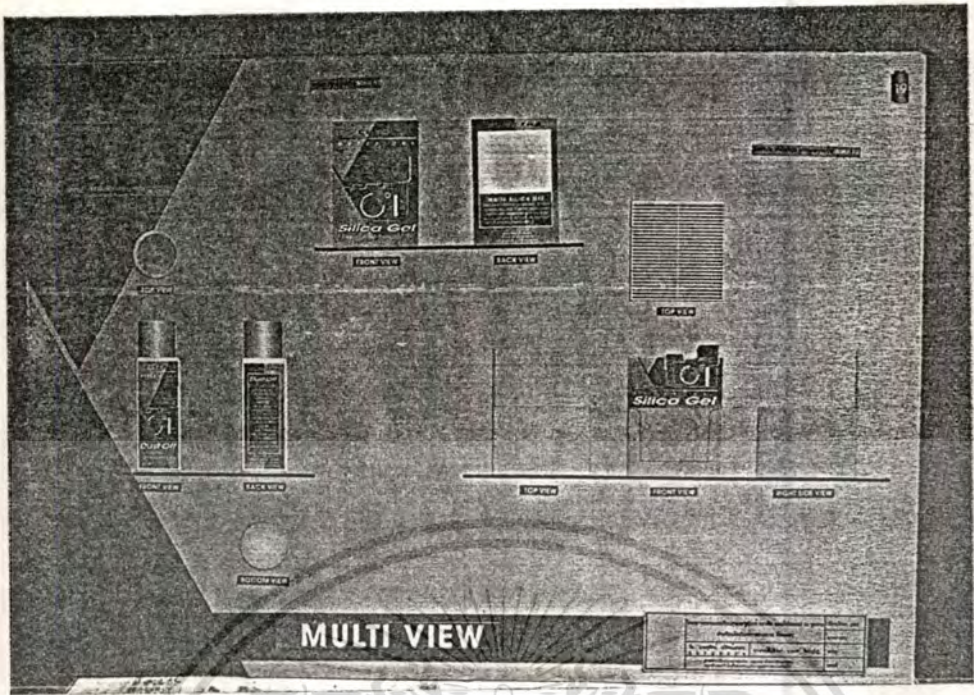


ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์ BLISTER PACKAGING สำหรับลูกยางเป่า
 ทำความสะอาดแบบแปรง และกล่องชุดทำความสะอาด

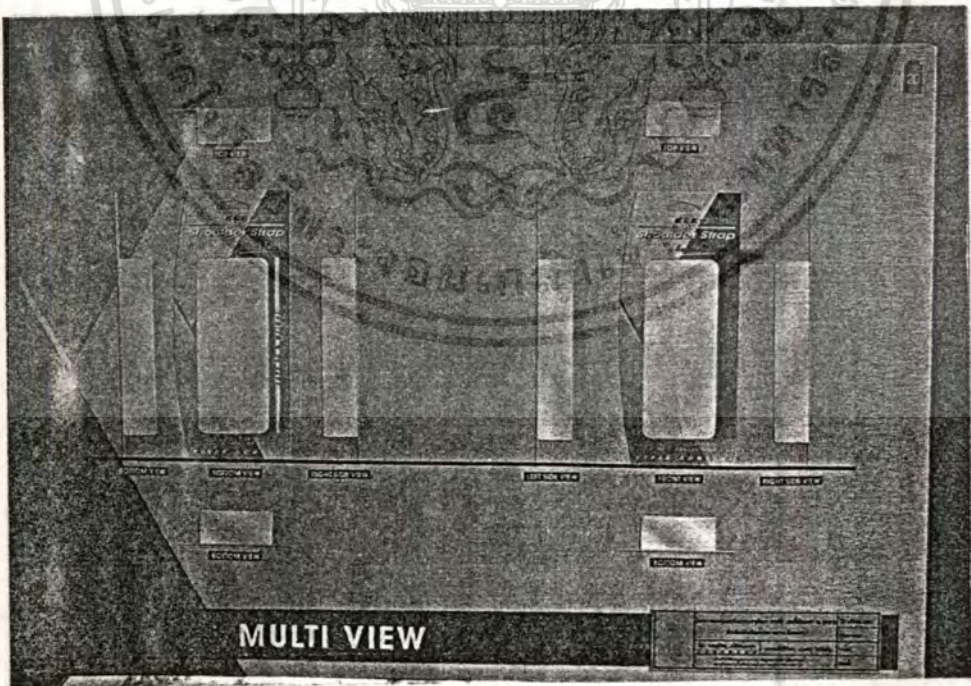


ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์กล่องชุดทำความสะอาด และกระป๋อง
 สเปรย์ทำความสะอาดขนาด 450 cc.

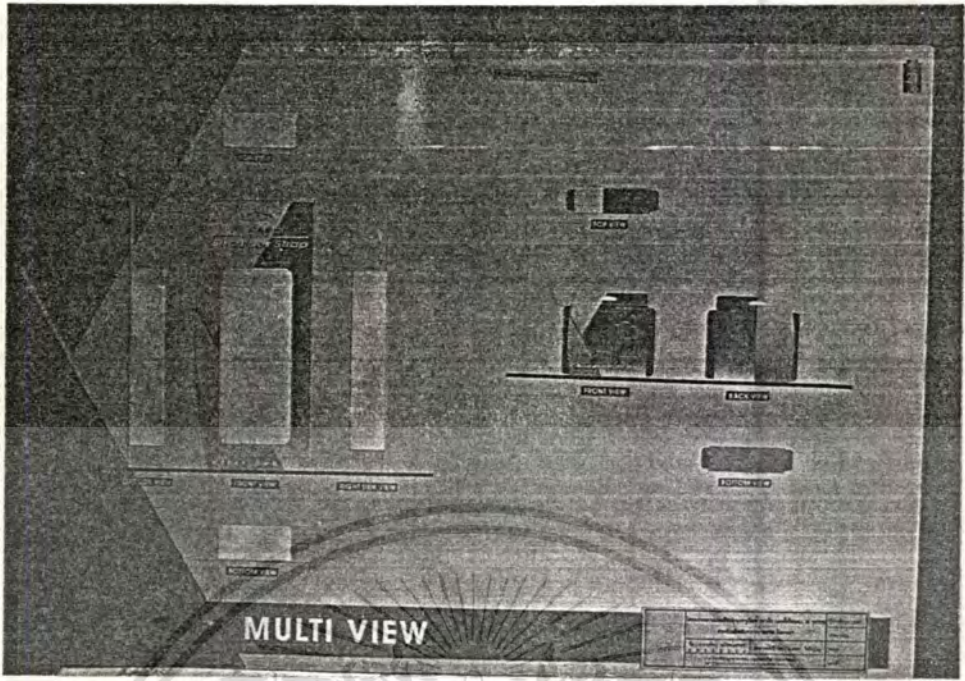
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



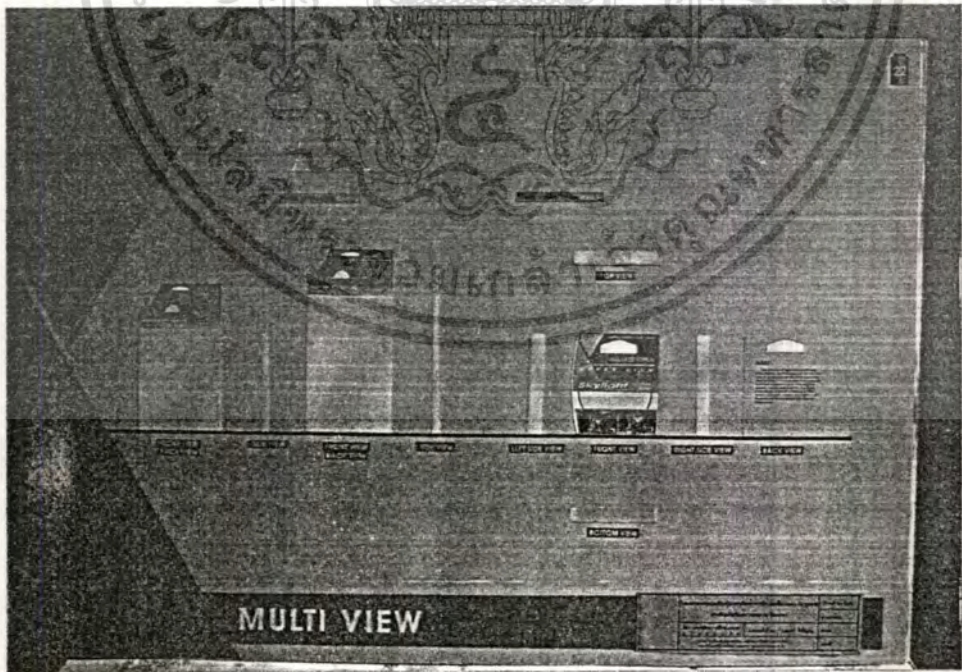
ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์กระป๋องสเปรย์ทำความสะอาดขนาด 100 cc.,
ของสารดูดความชื้น และกล่อง DISPLAY สำหรับซองสารดูดความชื้น



ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์ BLISTER PACKAGING สำหรับสายสะพายแบบ
ELASTIC และ REGULAR การใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



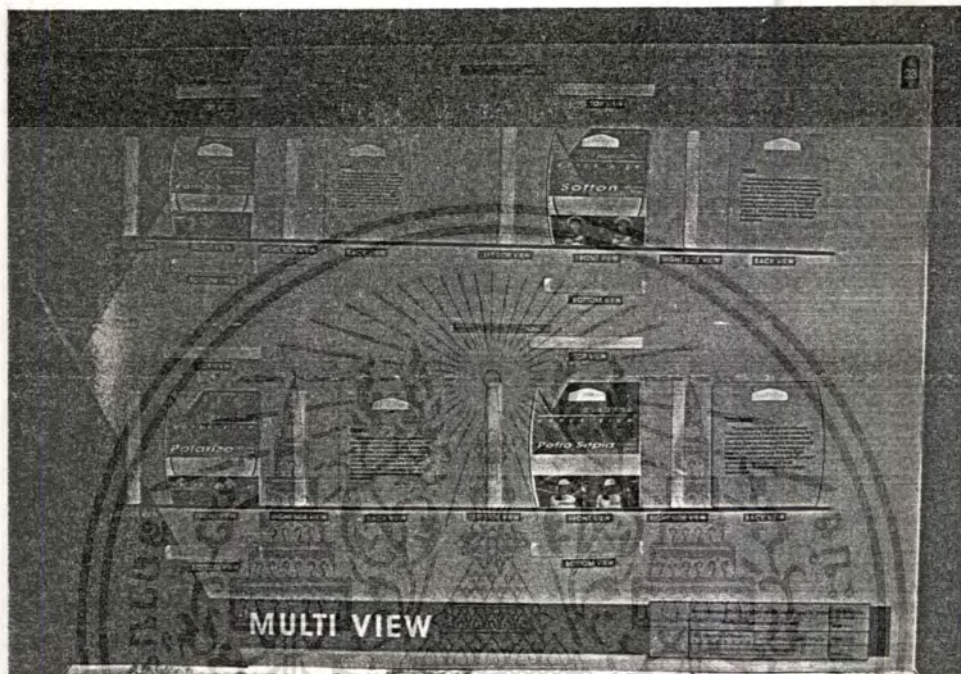
ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์ BLISTER PACKAGING สำหรับสายสะพายแบบ MINI SIZE และป้ายกระดาษแข็งสำหรับกระเป๋าคาดเอว



ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์ของกระเป๋าใส่เลนส์ทั้งแบบสั้น และยาว.

กล่อง FILTER แบบ SKYLIGHT ขนาด 52 mm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่เก็บไว้ในระบบการแข่งในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพถ่ายยอ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์กล่อง FILTER

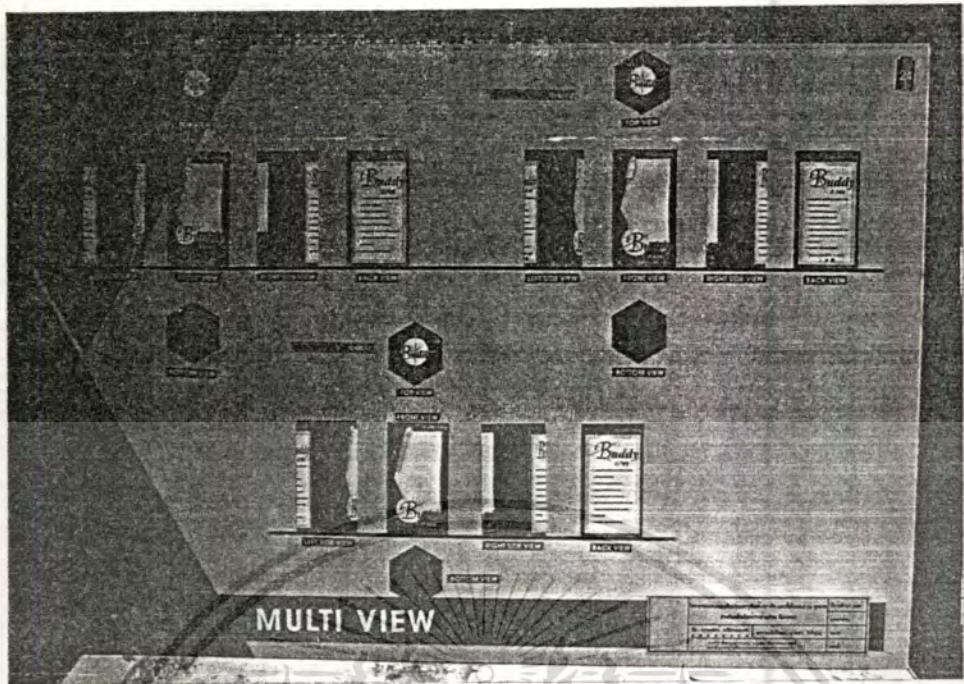
- FANTASY ขนาด 52 mm.

- SOFTON ขนาด 52 mm.

-POLARIZE ขนาด 62 mm.

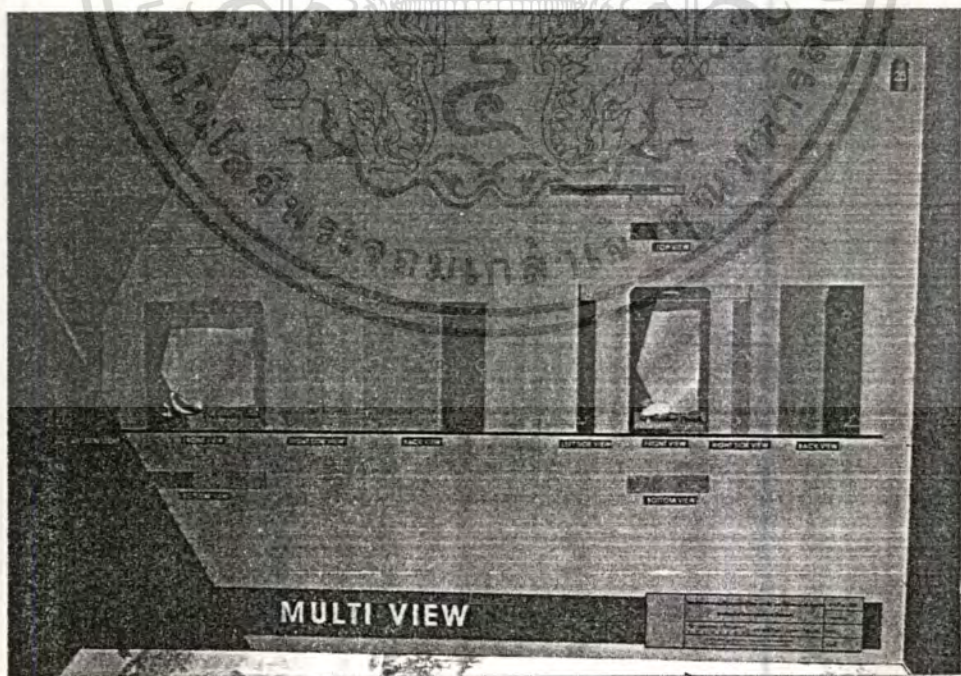
-PETRO SEPIA ขนาด 72 mm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



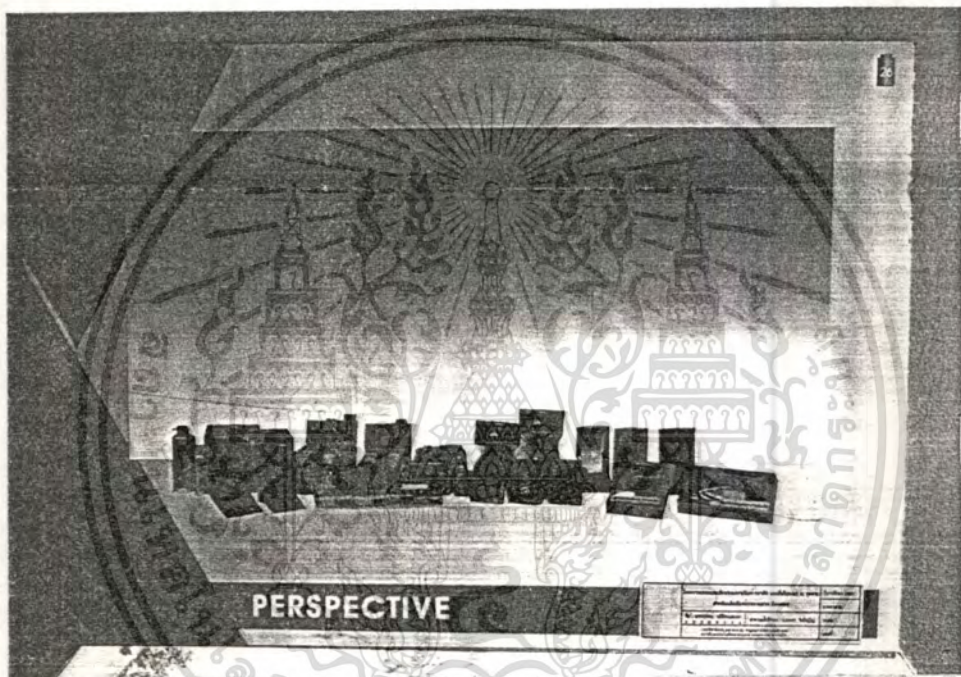
ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์ทกลองกลอง COMPACT

- C-405
- C-505
- C-705



ภาพถ่ายย่อ MULTI VIEW บรรจุภัณฑ์ทกลองกระเป๋าทรงปืน และ

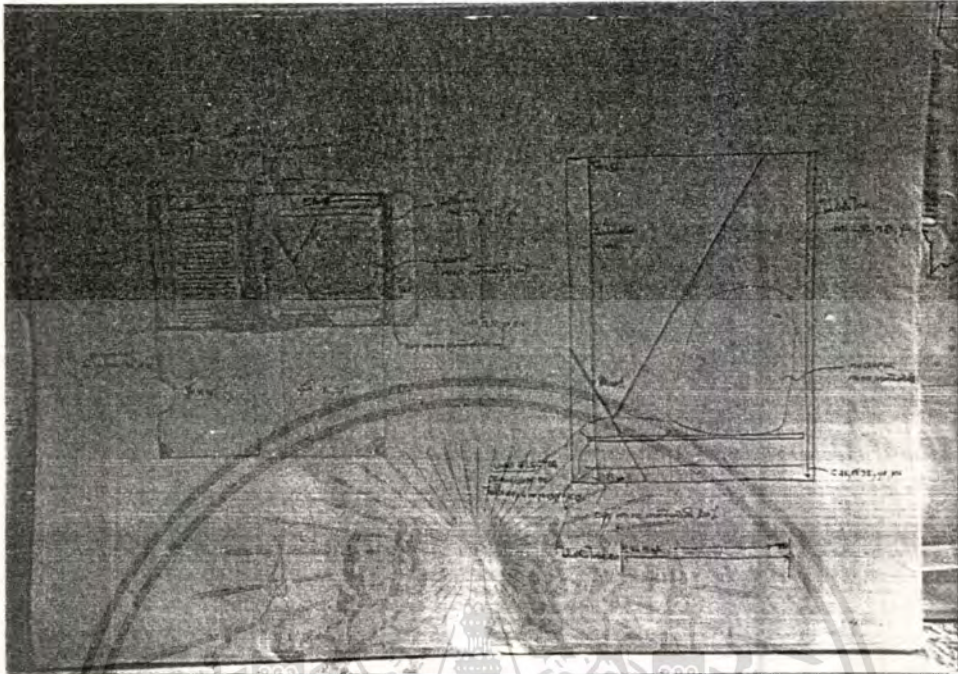
กระเป๋าทรงปืน
เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของ บริษัท ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ใช้สำหรับการศึกษานี้เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



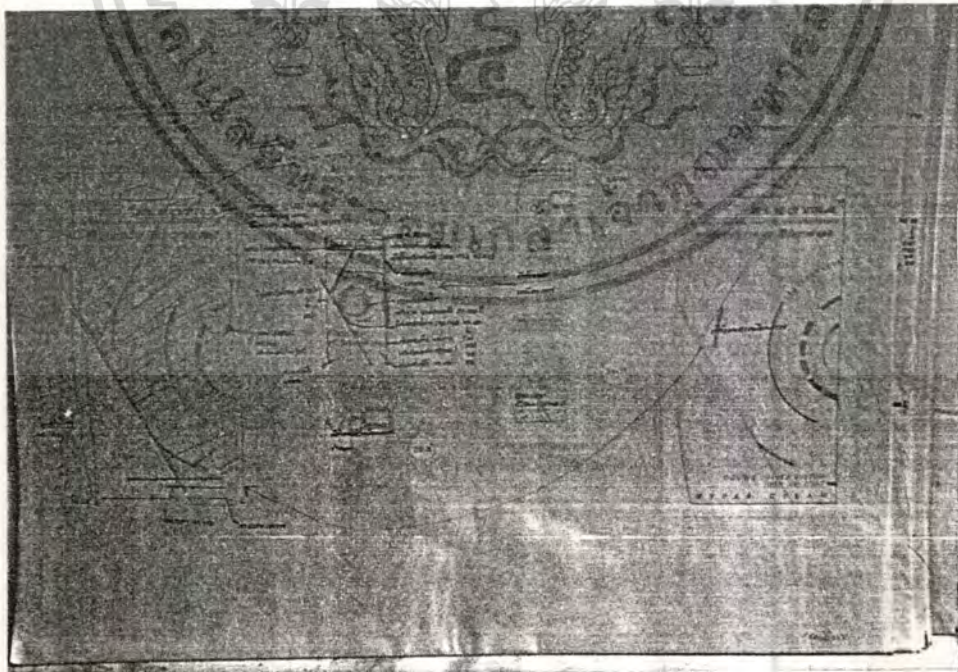
ภาพถ่ายยอแสดงหุ่นจำลองทั้งหมดในโครงการออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

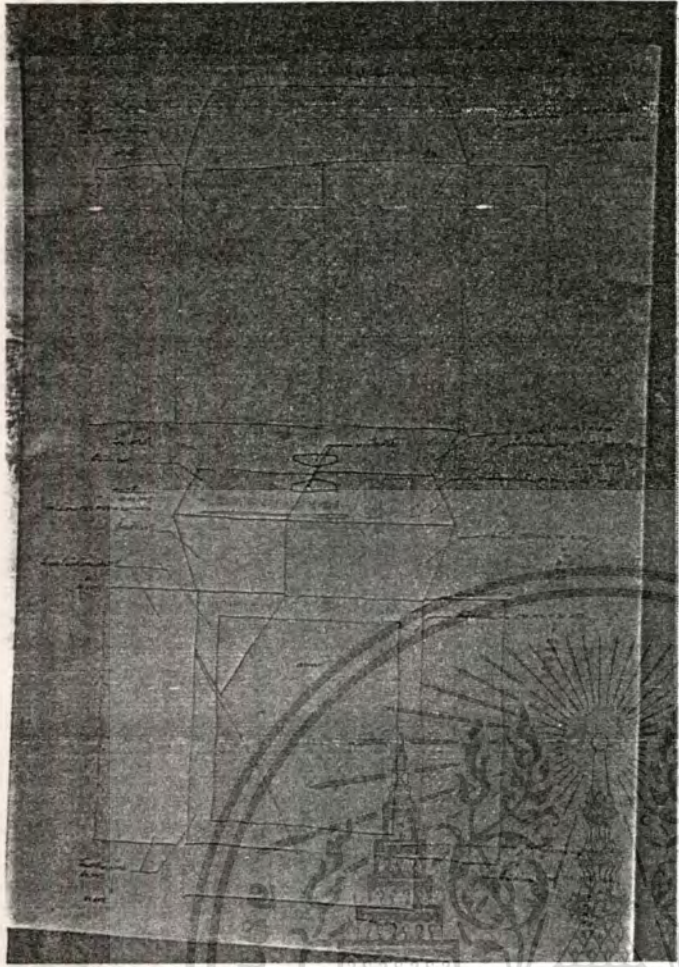
4.4 ภาพถ่ายย่อ ART WORK



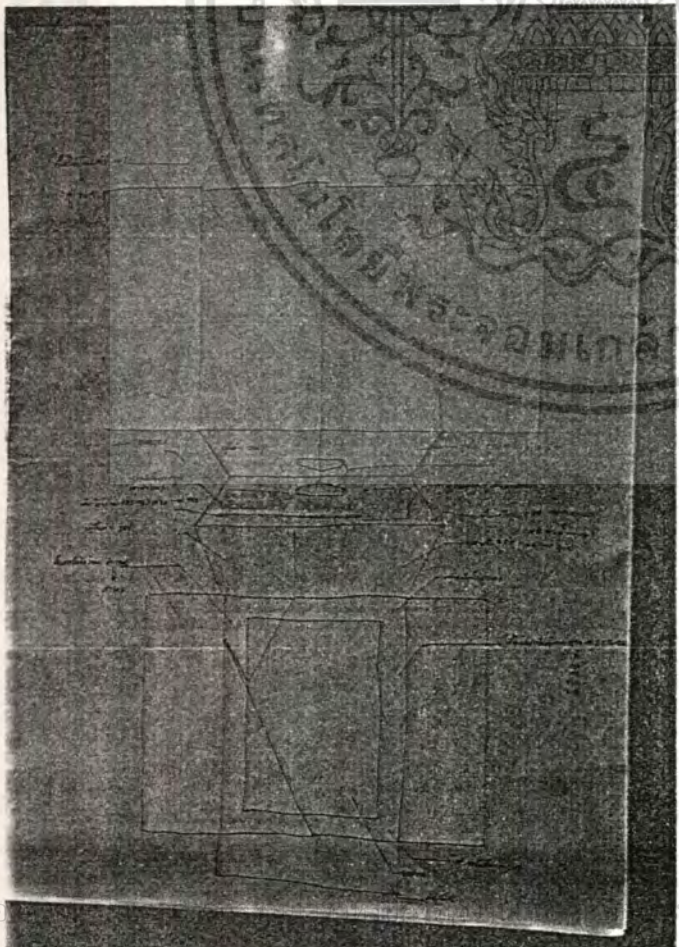
ภาพถ่ายย่อ Art Work กลองกระดาษเข็ดเลนส์ และ DISPLAY PACKAGE สำหรับกลองกระดาษเข็ดเลนส์



ภาพถ่ายย่อ Art Work ฉลากขวดน้ำยาเข็ดเลนส์ขนาด 35.70 cc., ฉลากขวดน้ำยาเข็ดบอดี้ขนาด 35.70 cc. ป้ายกระดาษแข็ง BLISTER PACKAGING สำหรับลูกยางเป่าทำความสะอาดไมวากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้แบบ HURRICANE และแบบแปร่ง

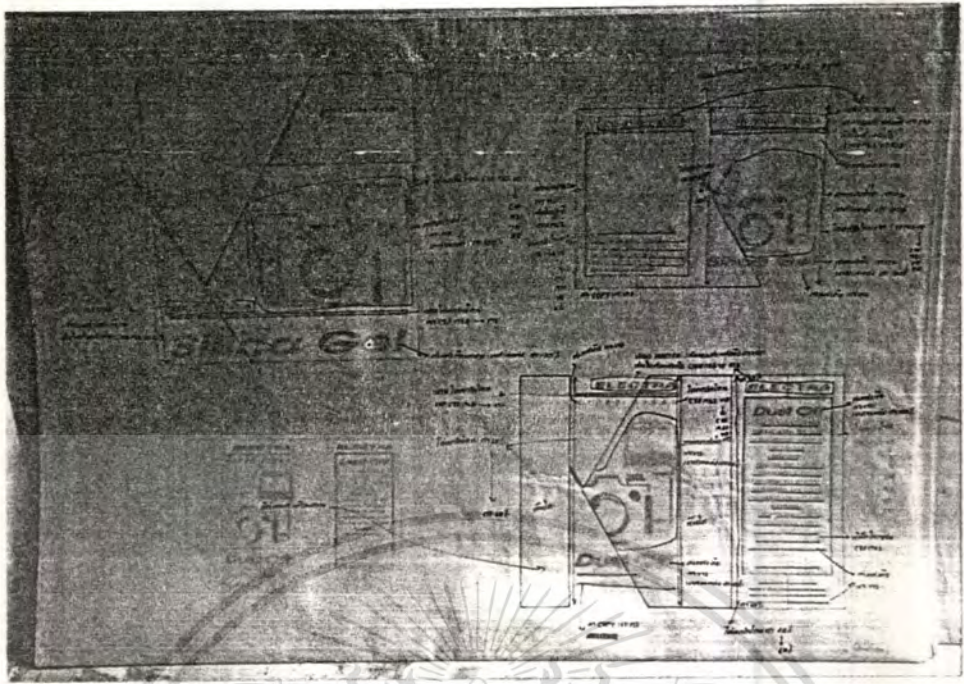


ภาพถ่ายย่อ Art Work กลอง
ชุดทำความสะอาด



ภาพถ่ายย่อ Art Work กลอง
เครื่องดูฝุ่น

เฮ้ย... ท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
แม้ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ออกกฎหมายมหึมาแต่ดั่งแสงเนอทา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

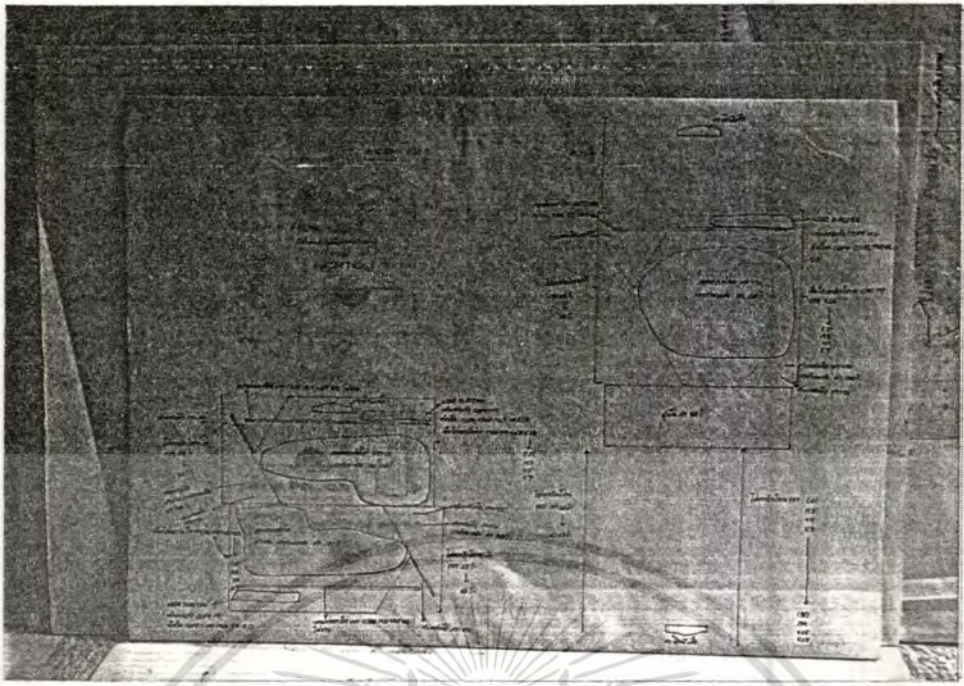


ภาพถ่ายย่อ Art Work ฉลากกระป๋องสเปรย์ทำความสะอาดขนาด 100,400 cc.
ซองสารดูดความชื้น และกล่อง DISPLAY สำหรับซองสารดูดความชื้น



ภาพถ่ายย่อ Art Work ป้ายกระดาษแข็งBLISTER PACKAGING สำหรับ
สายสะพานทั้ง 3 แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพถ่ายย่อ Art Work ทุ่งกระเป่าไลเลนส์ทั้ง 2 ขนาด
กระเป่าคาดเอวใสอุปกรณ์ถ่ายภาพ

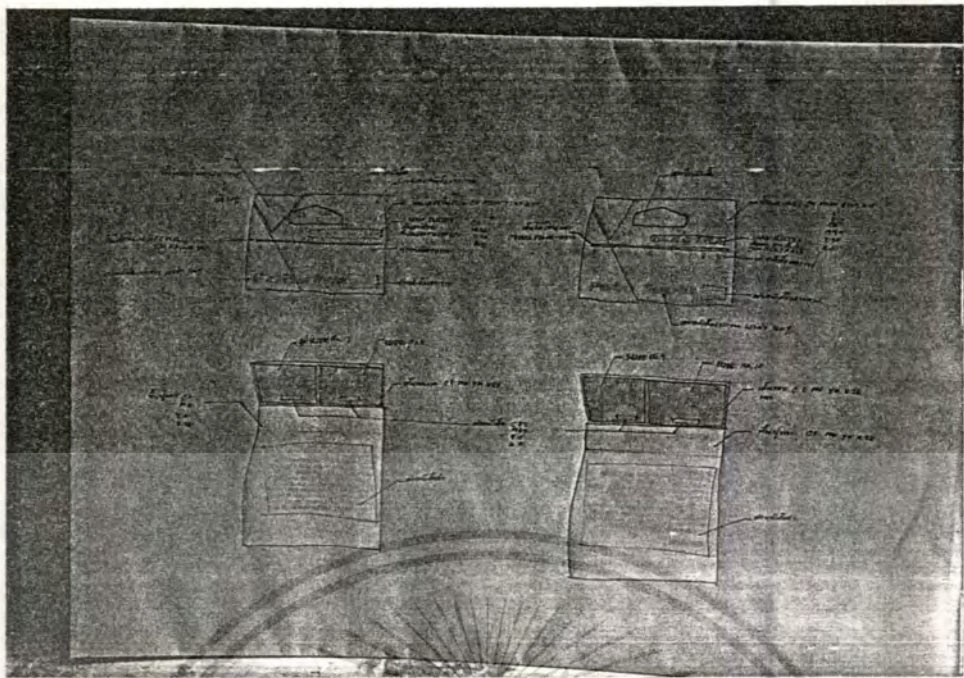


ภาพถ่ายย่อ Art Work ฉลาก FILTER ชนิด

- SKYLIGHT ขนาด 52 mm.

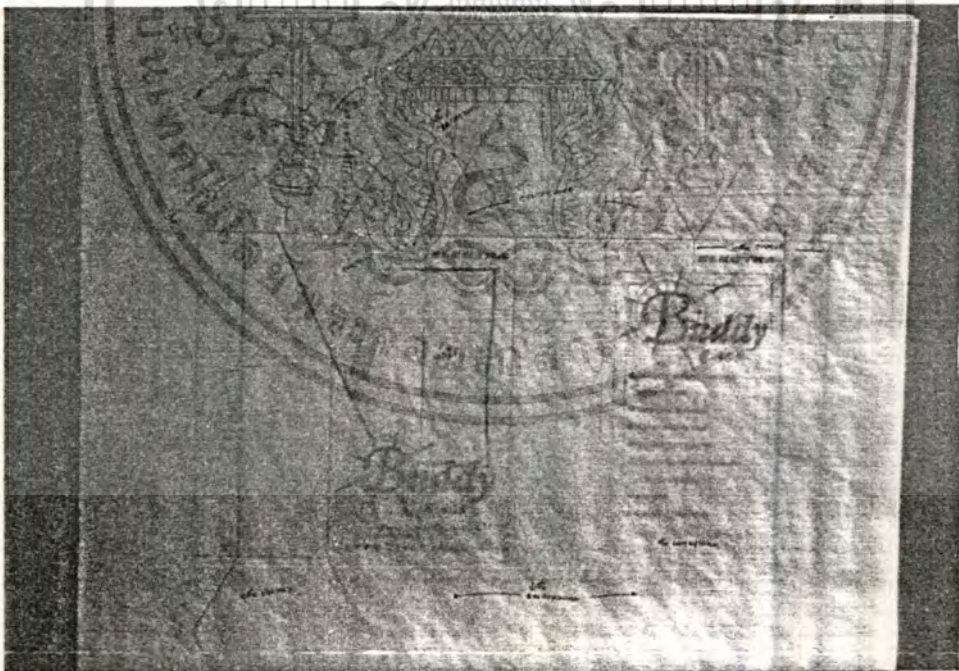
- FANTASY ขนาด 52 mm.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพถ่ายย่อ Art Work ฉลาก FILTER ชนิด

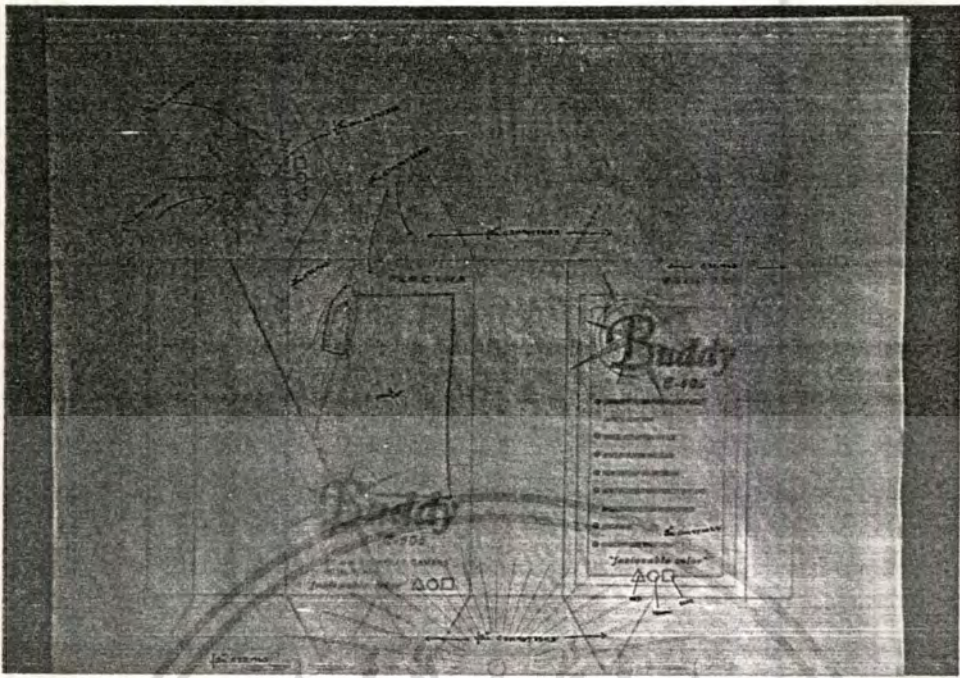
- POLARIZE ขนาด 62 mm.
- PETRO SEPIA ขนาด 72 mm.



ภาพถ่ายย่อ Art Work กลองกลอง COMPACT

- C-405
- C-505

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

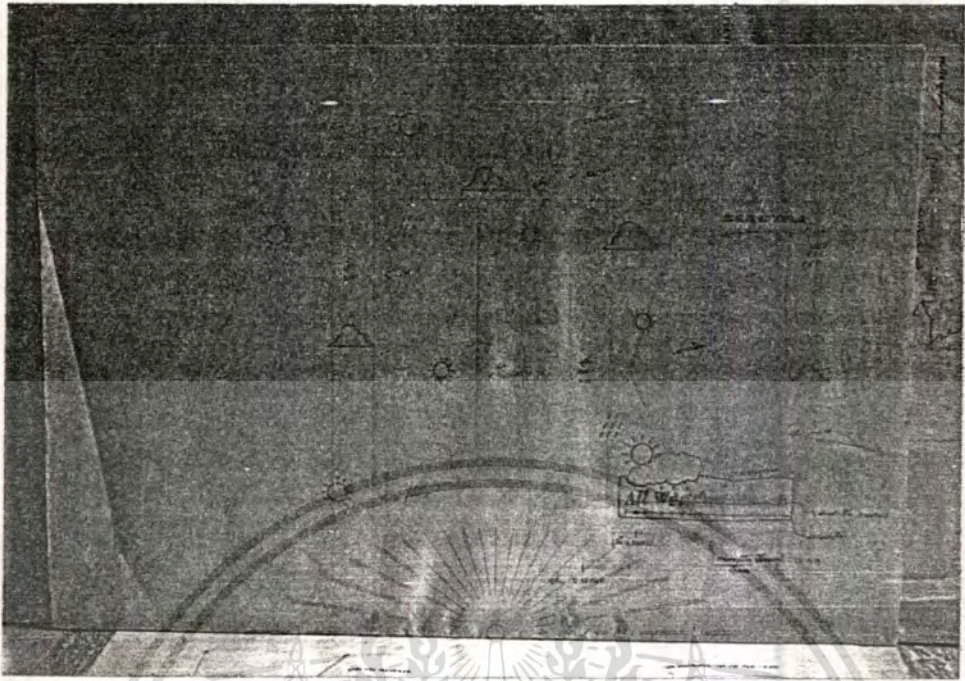


ภาพถ่าย Art Work กลองกลอง COMPACT
C-505



ภาพถ่าย Art Work กลองกลอง COMPACT
- C-705

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

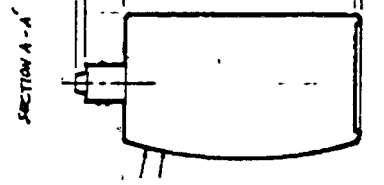
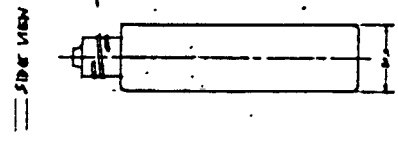
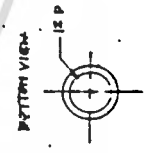
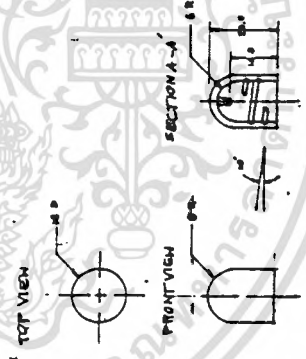
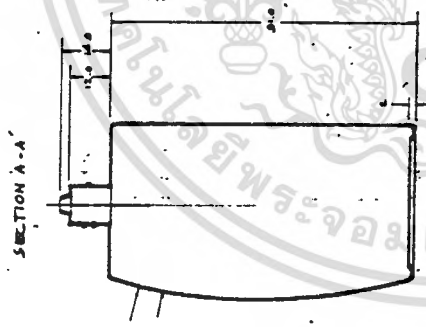
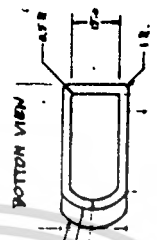
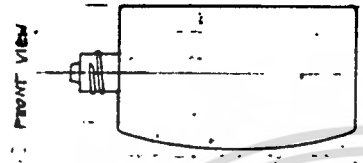
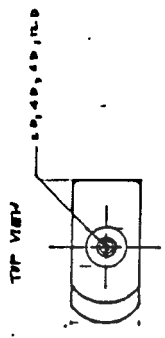
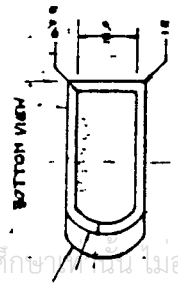
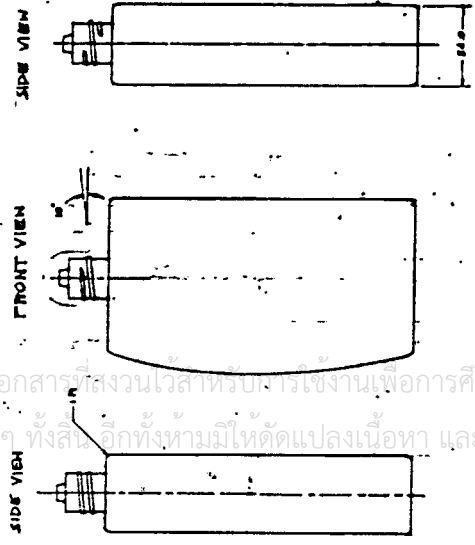
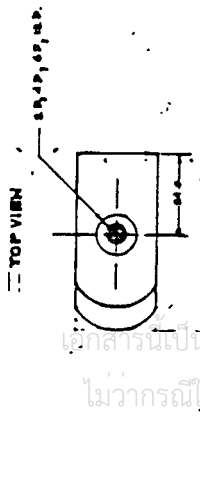


ภาพถ่ายย่อ Art Work กลองกระเป่าป้องกันน้ำสำหรับกล่อง COMPACT



ภาพถ่ายย่อ Art Work กลองกระเป่าถ่ายภาพใต้น้ำสำหรับกล่อง COMPACT

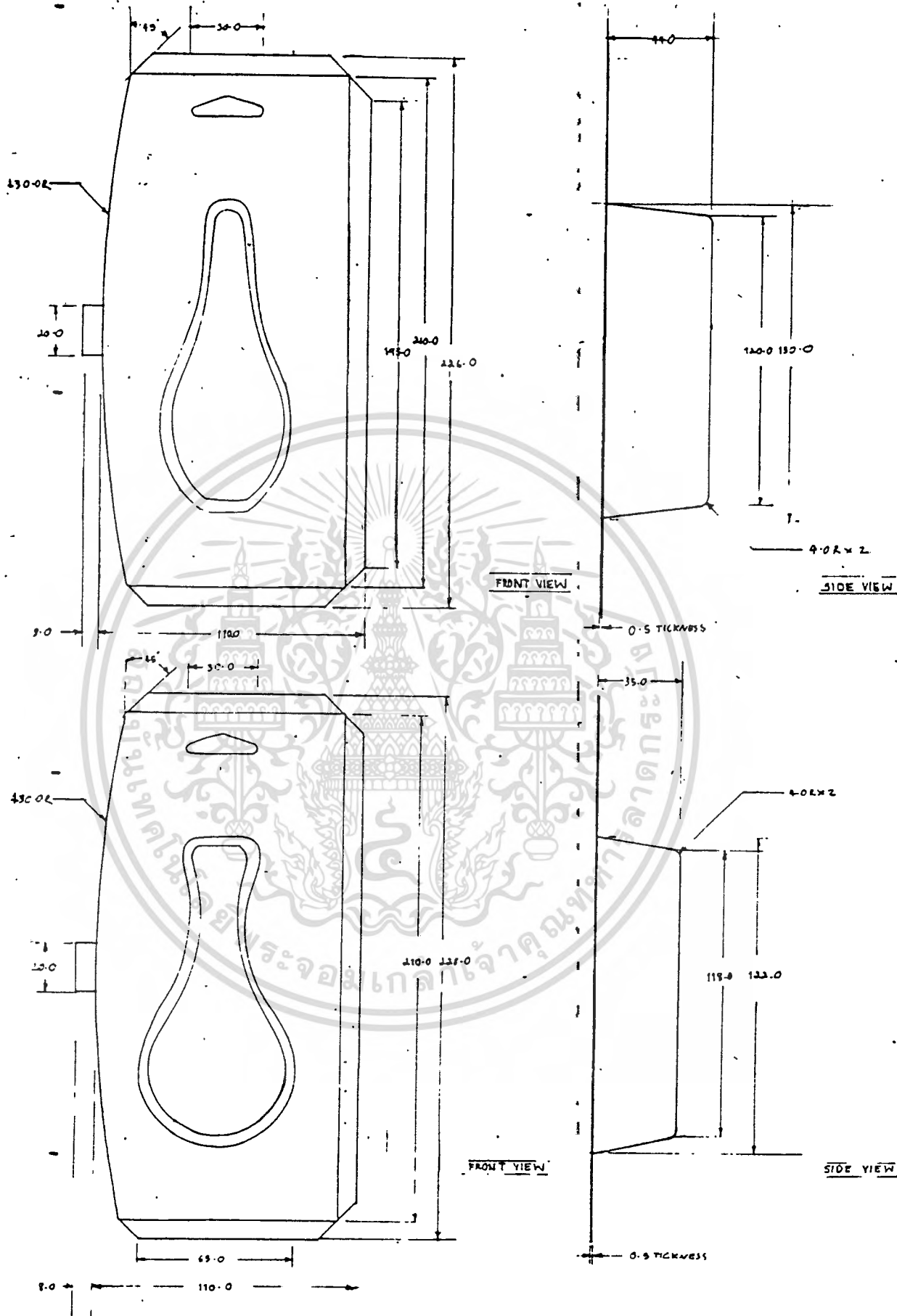
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Drawing ขวดน้ำยาฉีดเลนส์ และขวดน้ำยาฉีดตัวกล้อง

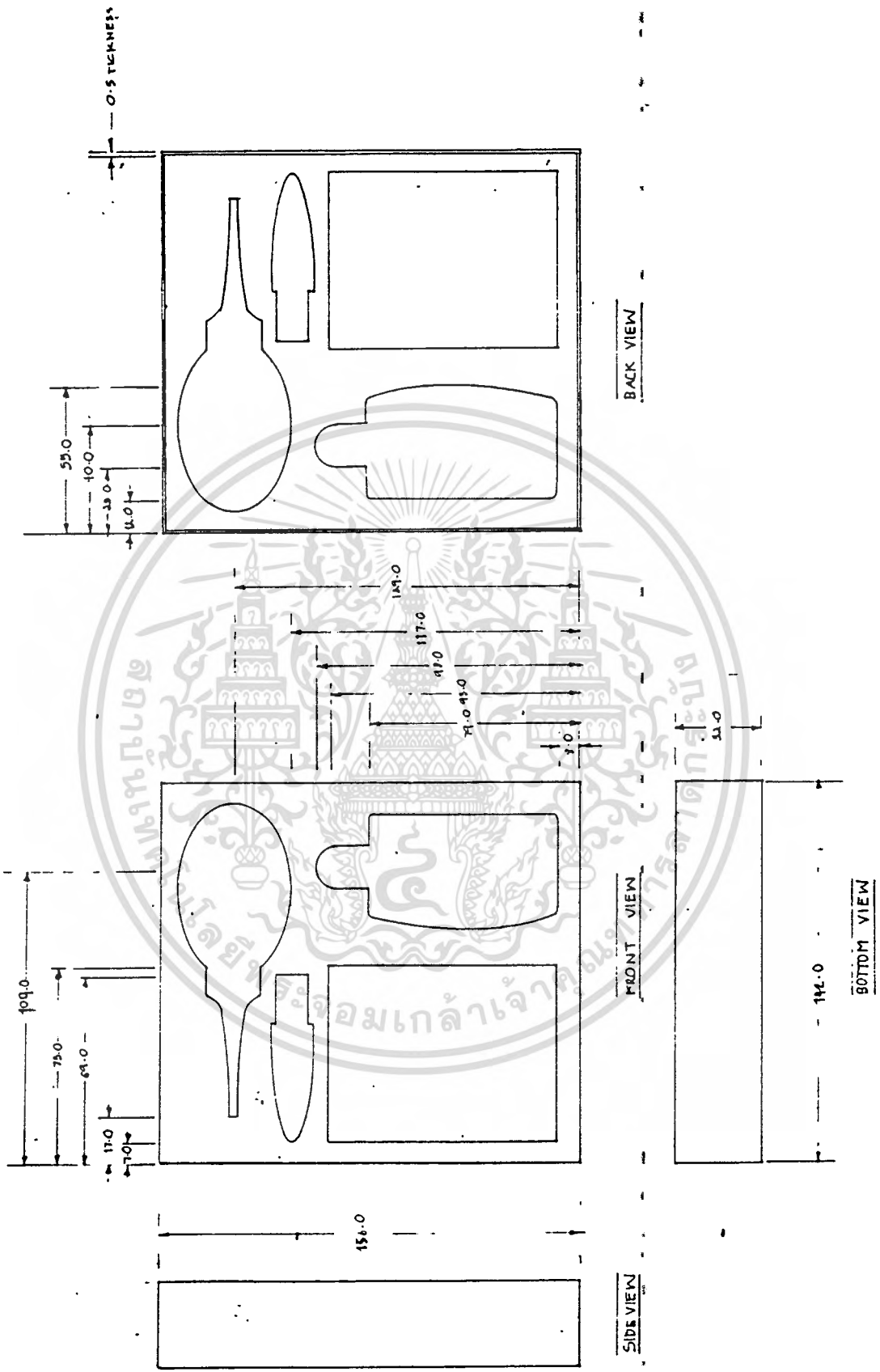
4.5 ภาพถ่าย DRAWING และ DIE CUT

Drawing พลาสติกด้านหน้า (Blister Pack) ของตัวเป่าทำความสะอาด

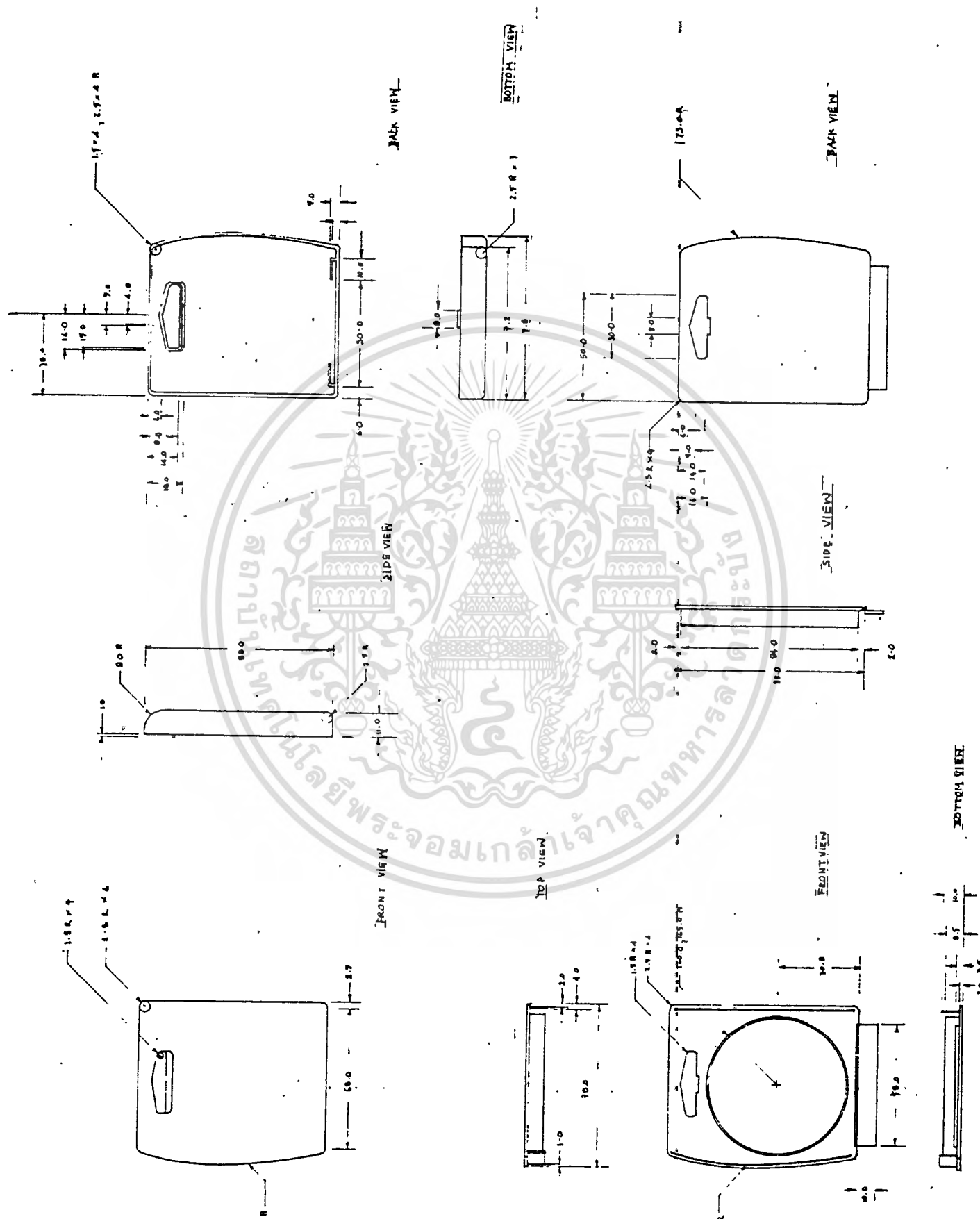


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตาม ผู้ใช้ต้องรับผิดชอบต่อเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Drawing พลาสติกด้านหน้า (Blister Pack) ของตัวเป่า และแปลงทำความสะอาด

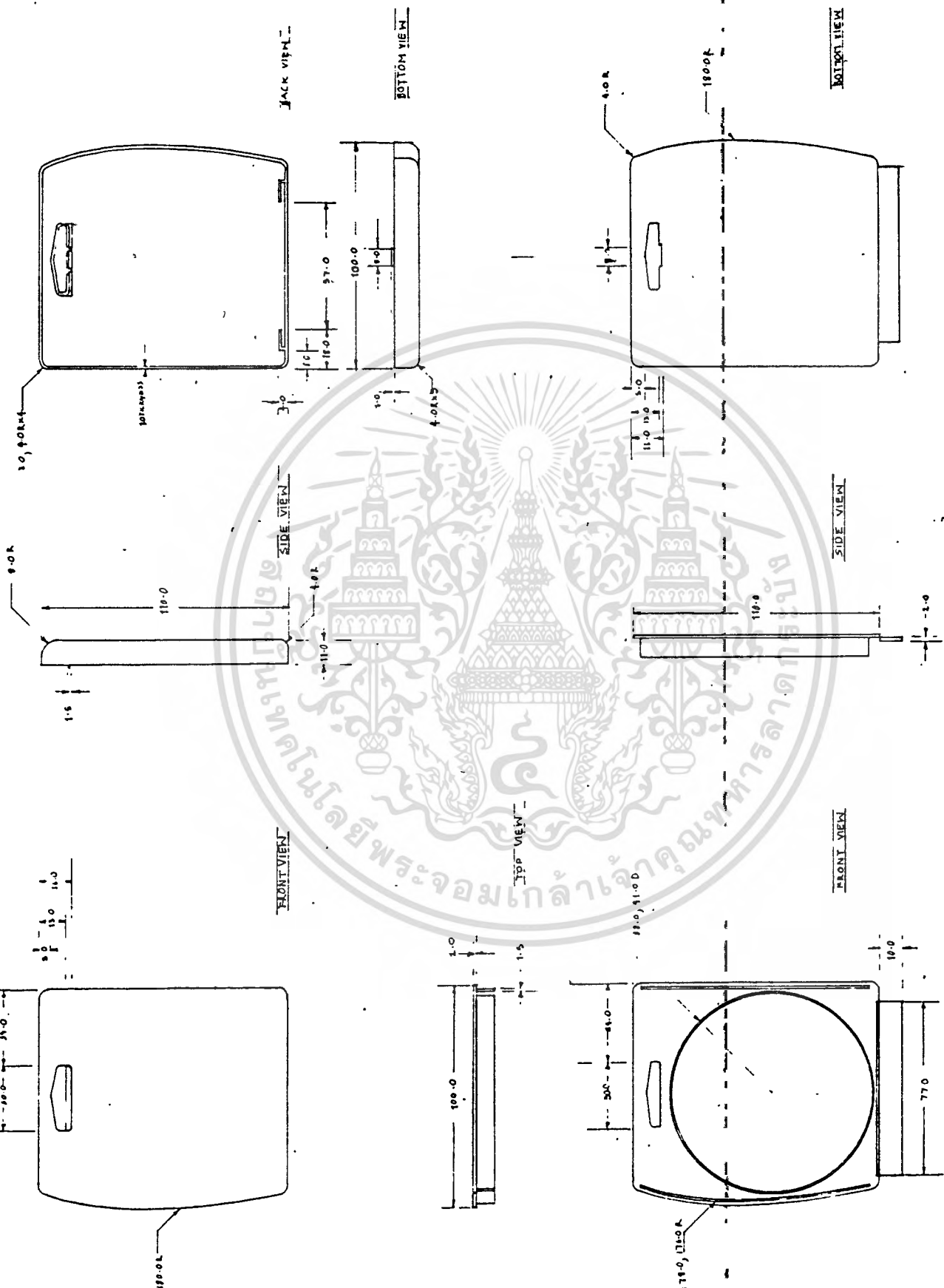


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ในการเรียนการสอนเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
Drawing ถาดเทอร์โมฟอร์มภายในกล่องชุดทำความสะอาด
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

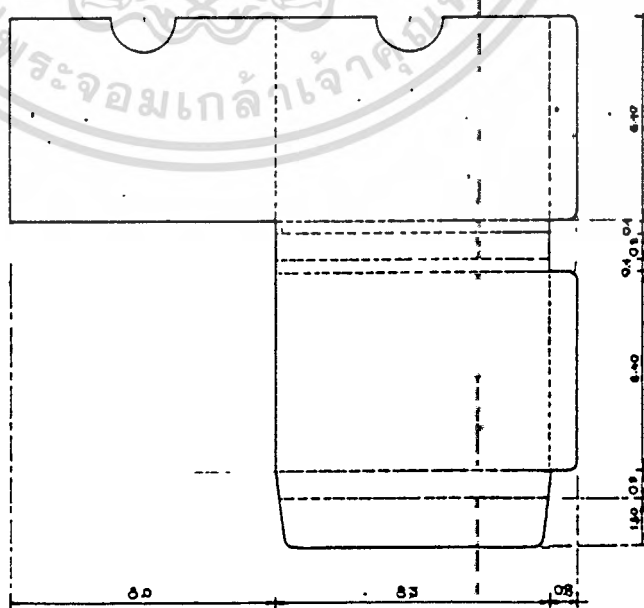
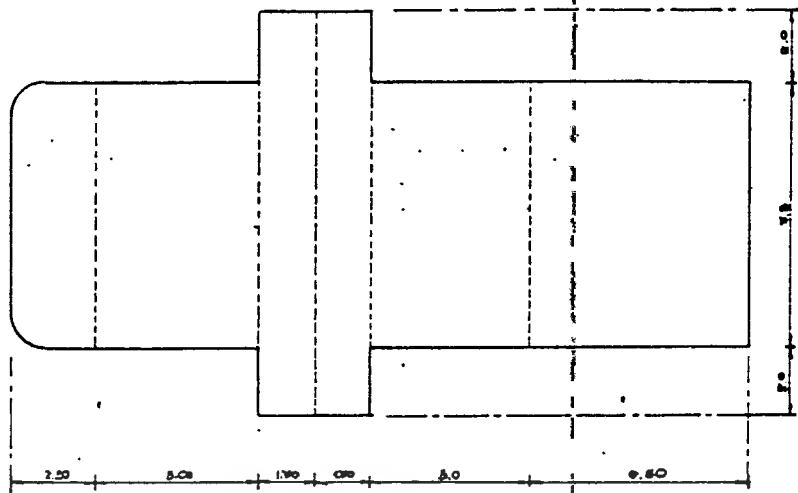


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้แก้ไขประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรรมใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

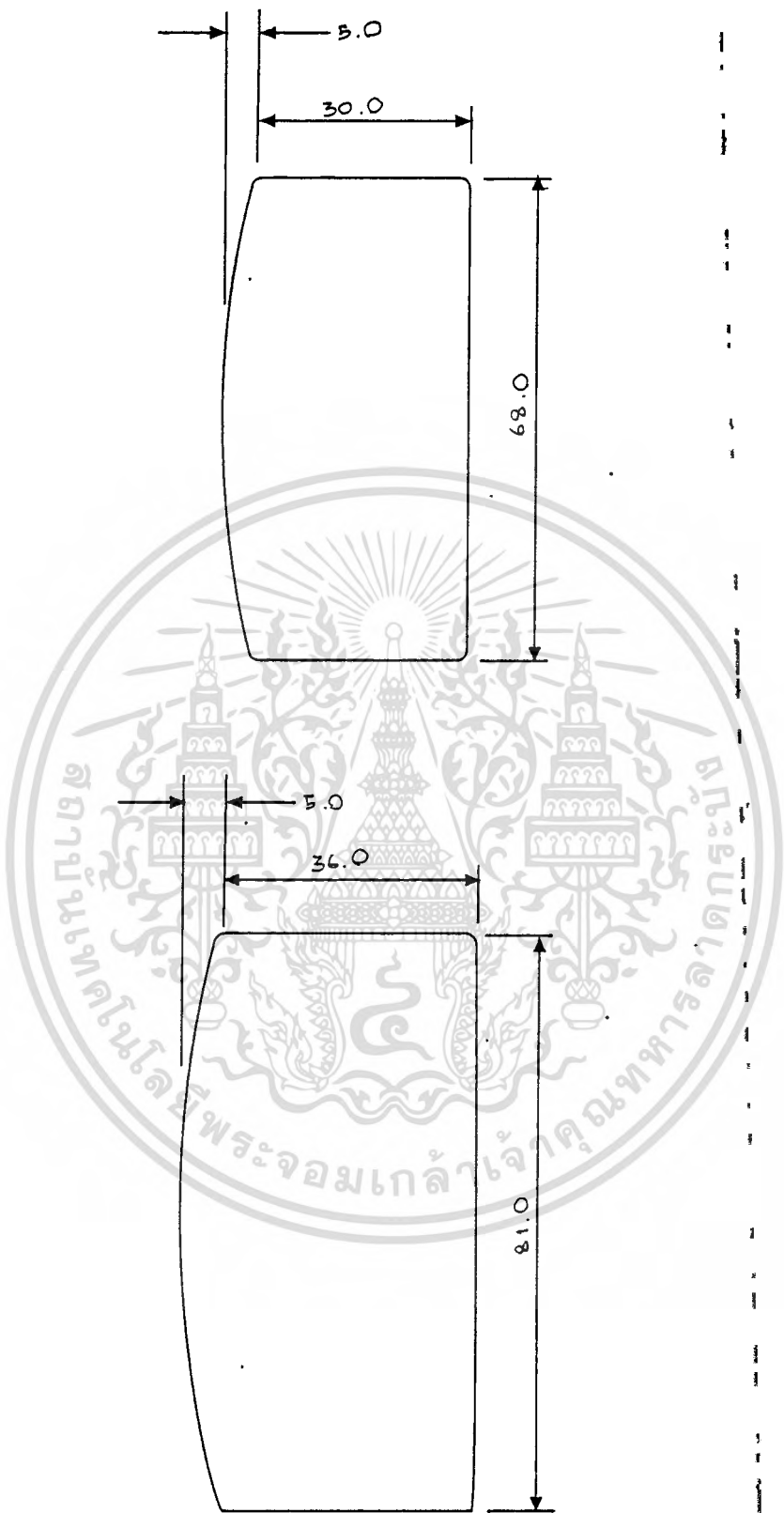
Drawing วัสดุพลาสติก



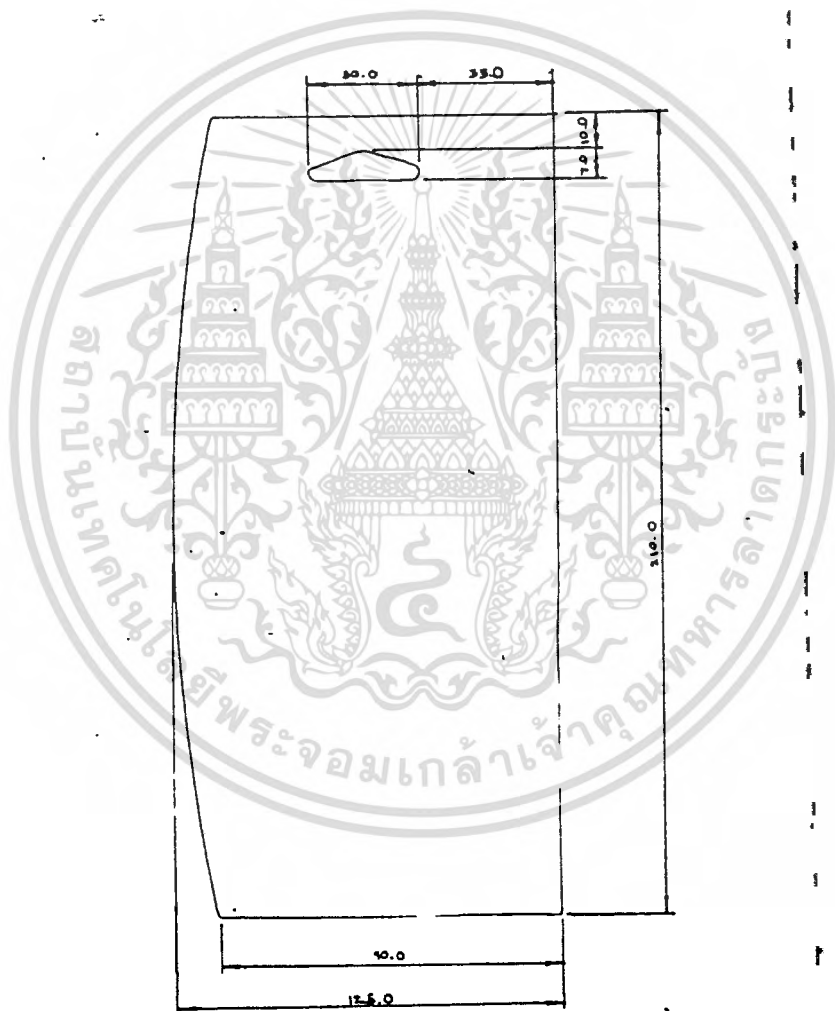
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 Drawing กลองพิลเตอรี
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
Die Cut กล่อง Display กล่องกระดาษเซตเลนส์

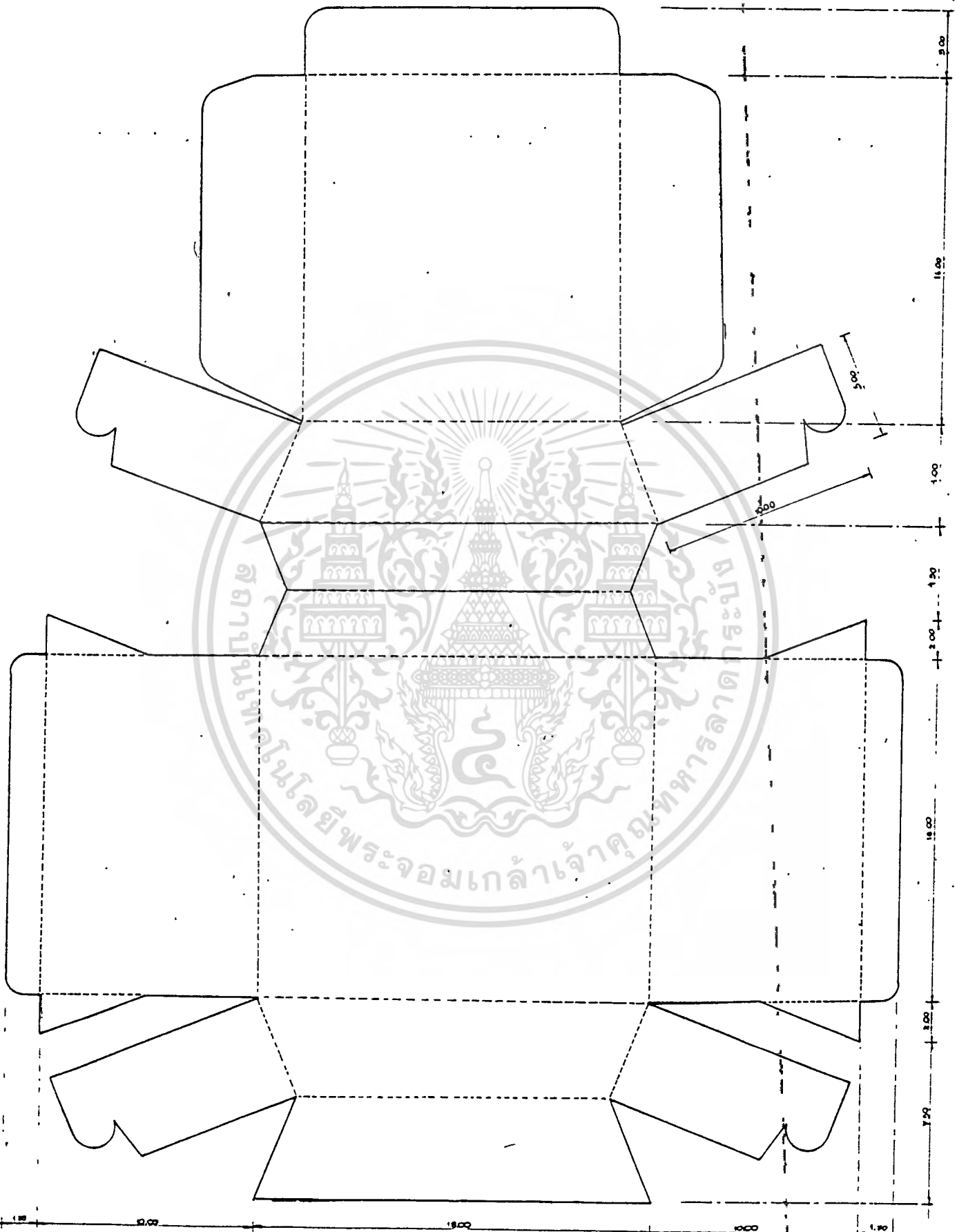


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น Die Cut ขวดน้ำยาเช็ดเลนส์ และขวดน้ำยาเช็ดตัวกล้อง
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น ออกทั้งที่พิมพ์แต่ต้องแจ้งเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
 ขนาด 35 ซีซี และ 70 ซีซี และฝา

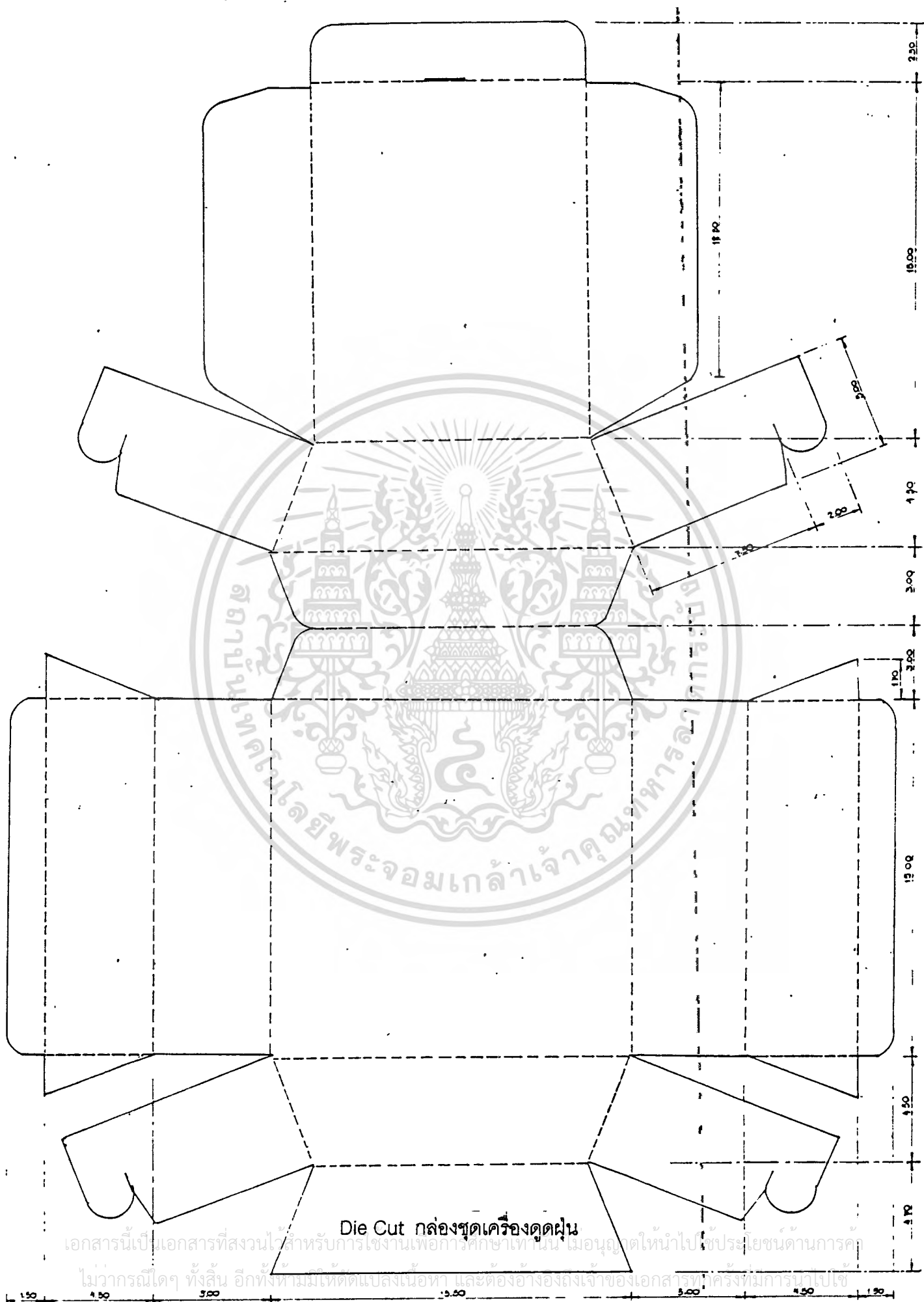


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Die Cut กระดาษด้านหลังตัวเป่าทำความสะอาด



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
Die Cut กลองชุดทำความสะดวก



Die Cut กล่องชุดเครื่องตุ๋น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีเหตุดเบงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารที่ ครังที่มีการนำไปใช้

1.50 4.50 5.00 9.00 5.00 4.50 1.50

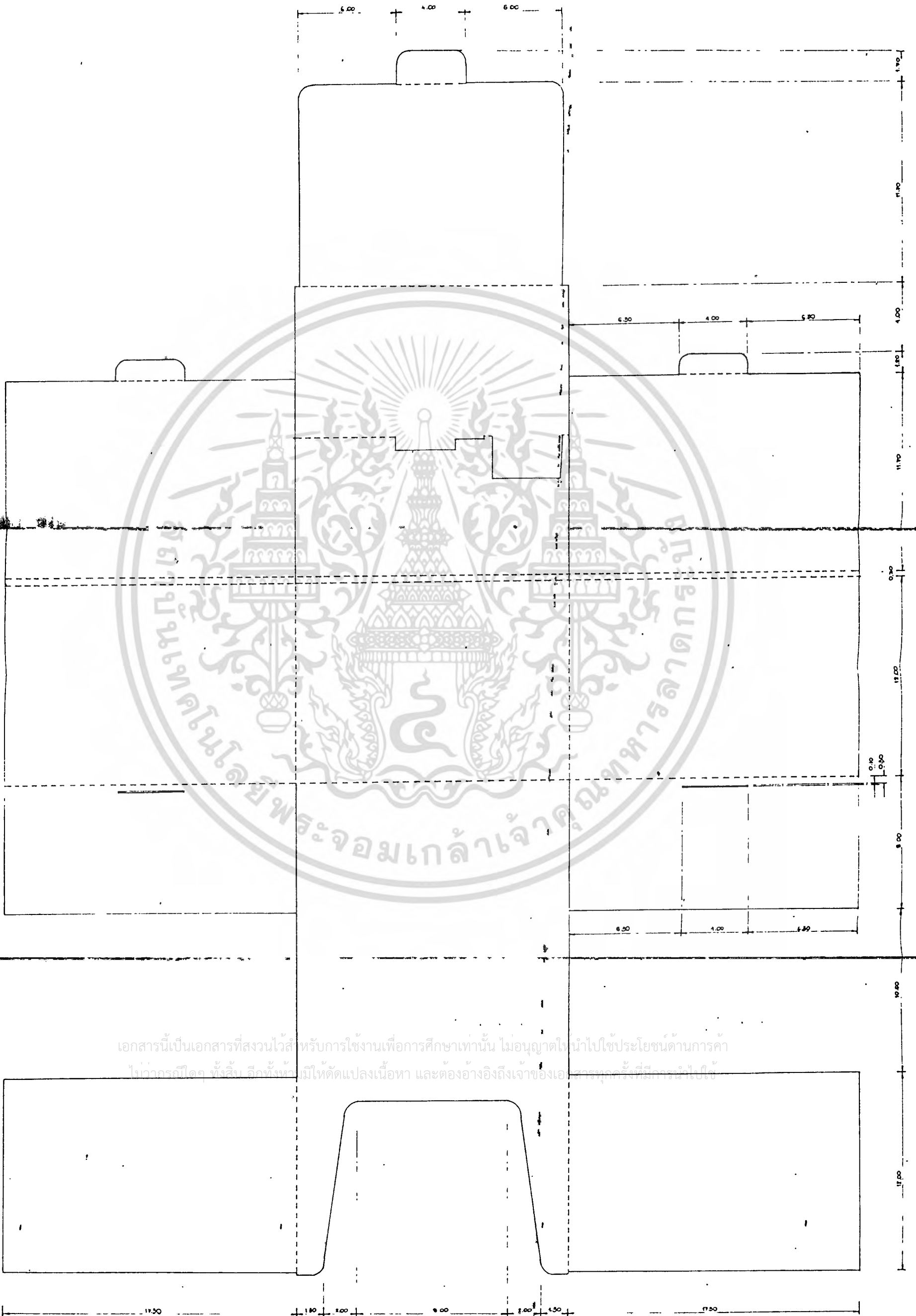
2.20
10.00
1.70
3.00
3.50
1.10
1.50
4.70

11.40

3.20

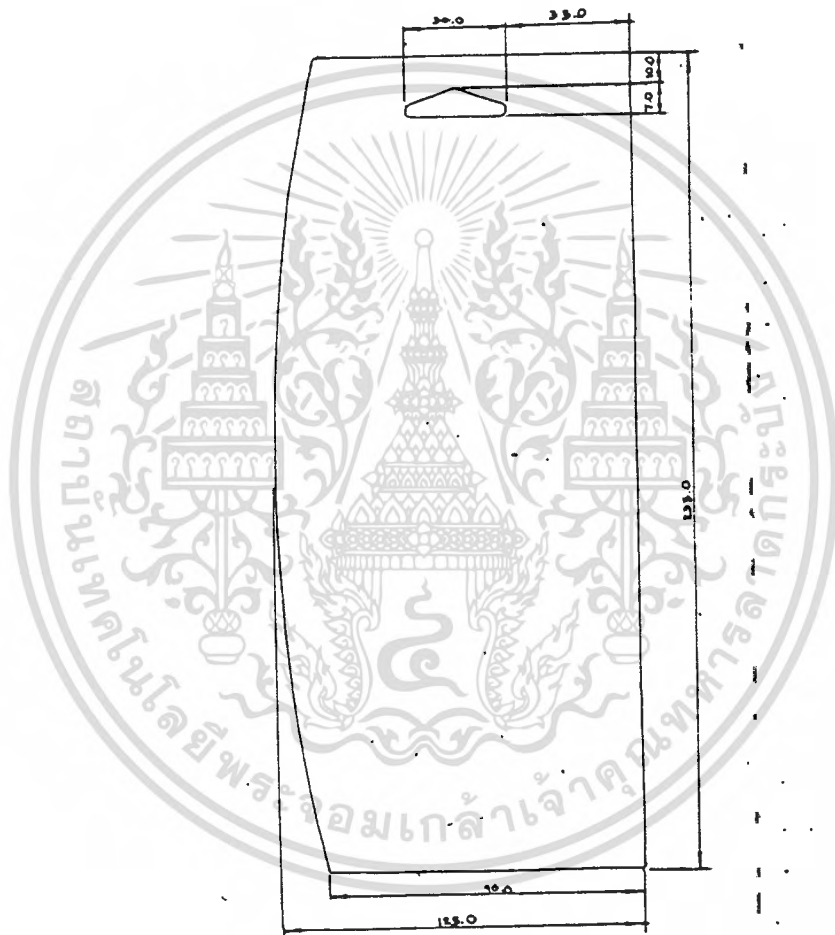
2.00

1.20



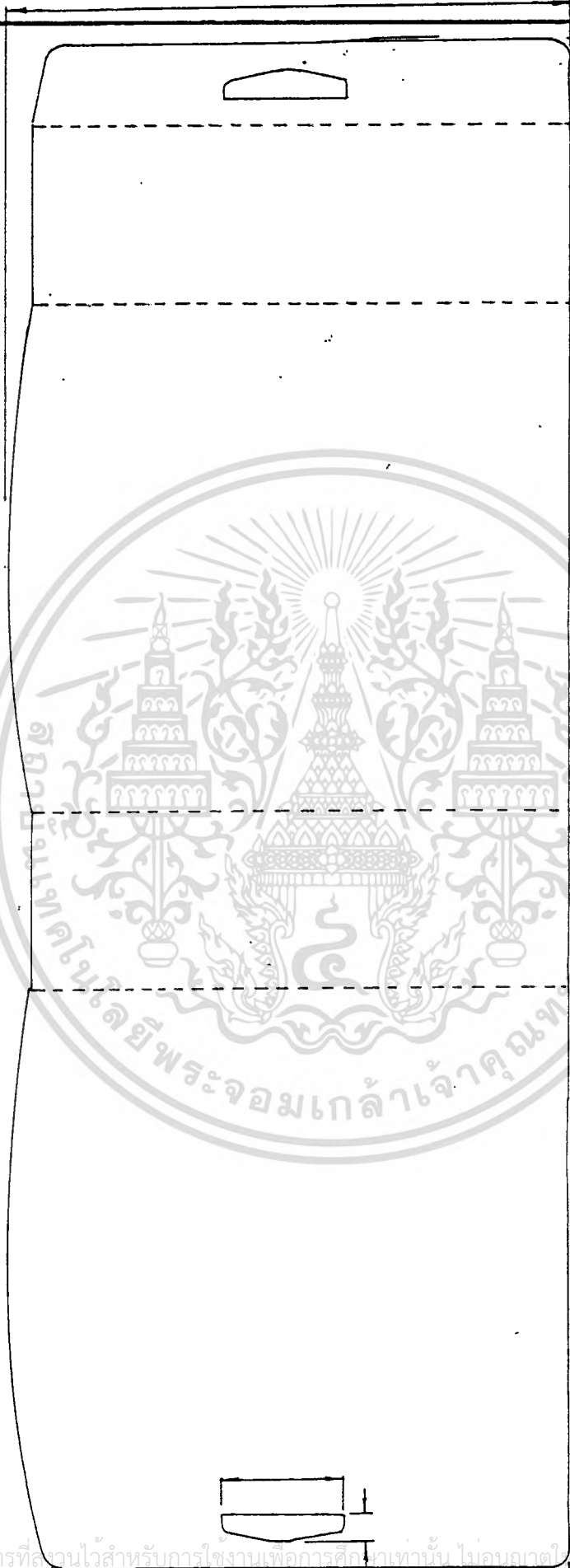
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ควรกรอใดๆ ทั้งสิ้น ดึงหนังให้มีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีกรณีไปใช้

Die Cut กล้อง Display ของสารคดีความขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้ภายในเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะเท่านั้น ไม่สามารถเผยแพร่ได้ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

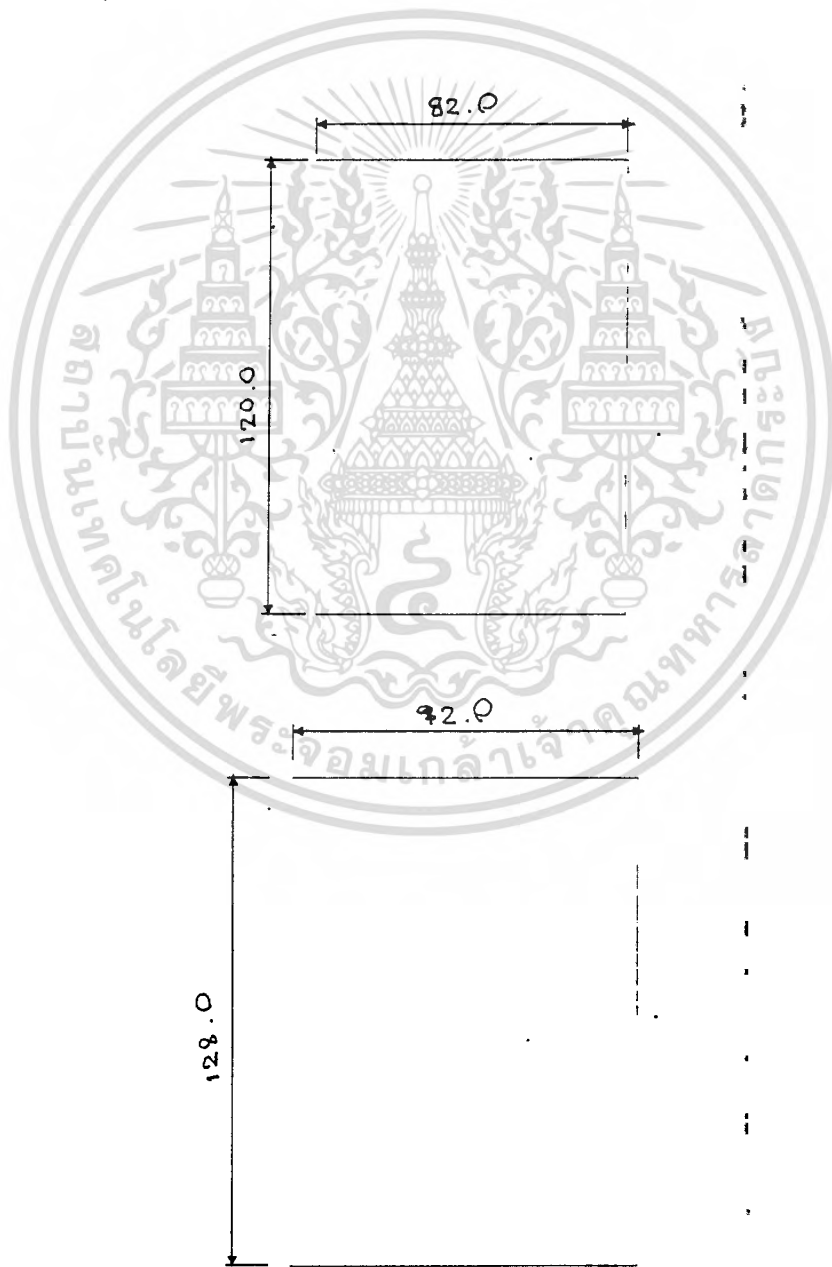
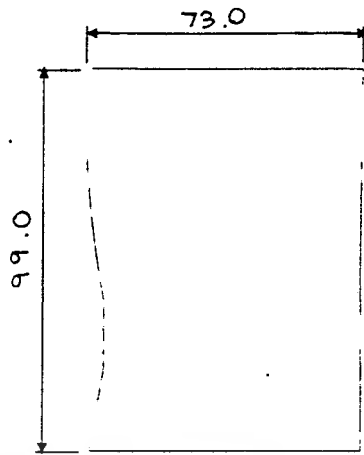
Die Cut กระดาษด้านหลังของสายสะพายทั้ง 3 แบบ



Die Cut กระเป๋าคาดเอว

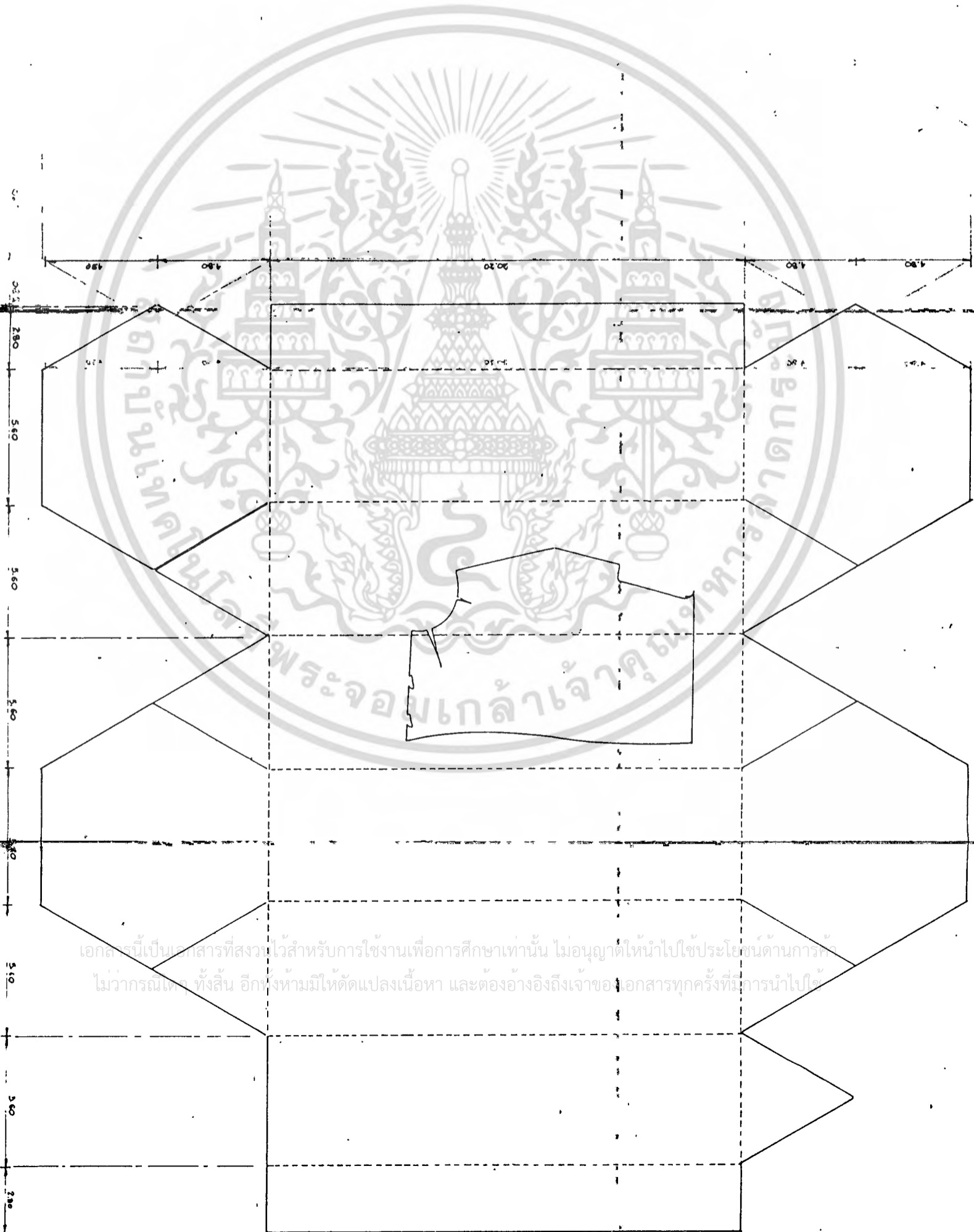
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น กรุณาทั้งสองหน้าเพื่อให้ตัดไปลงเป็นต้นฉบับและต้องอ้างอิงแหล่งที่มาของเอกสารทุกครั้งที่มากรณาเปะ



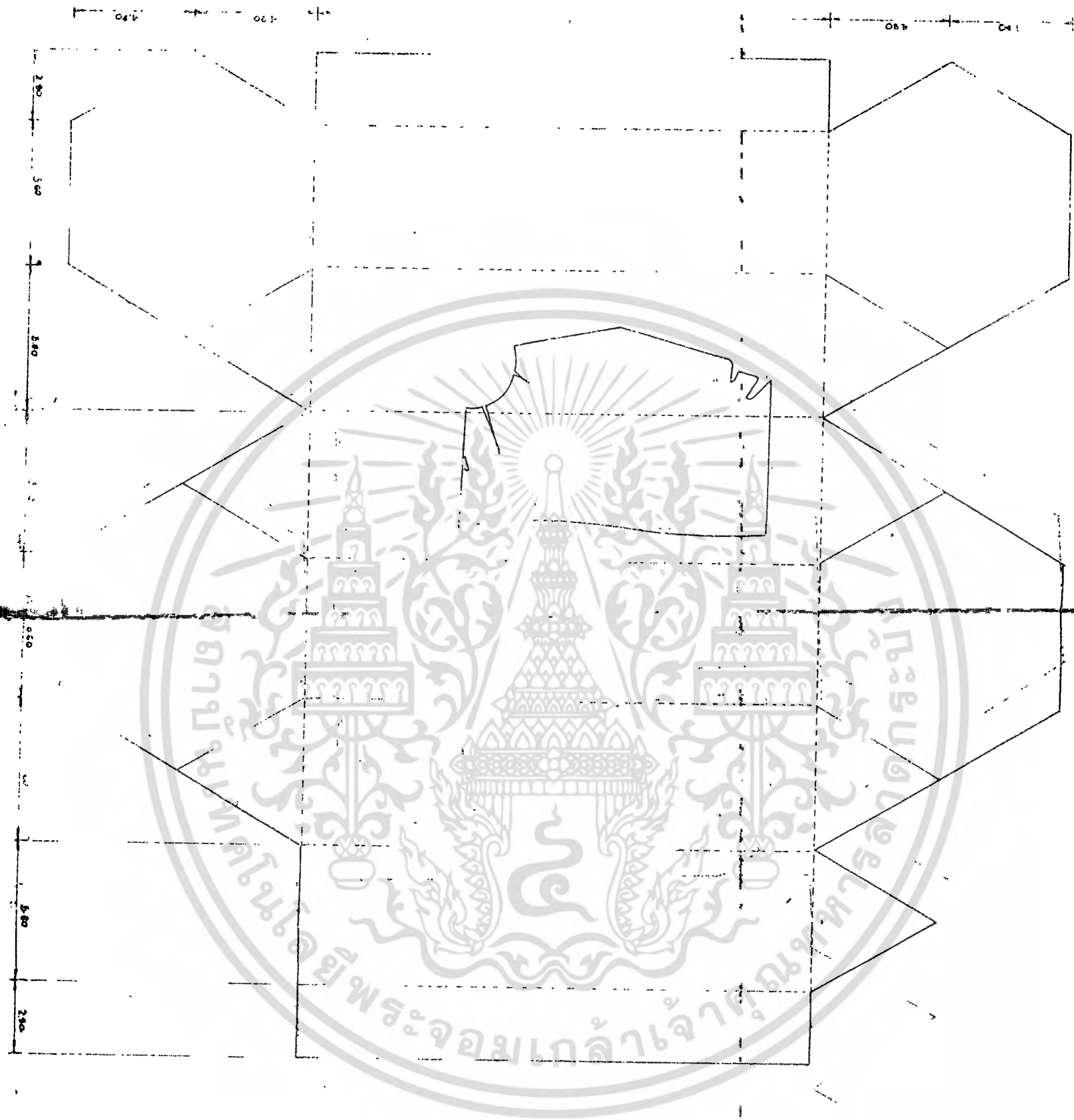
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Die Cut กงเตงคองตอมมณฑล C 505

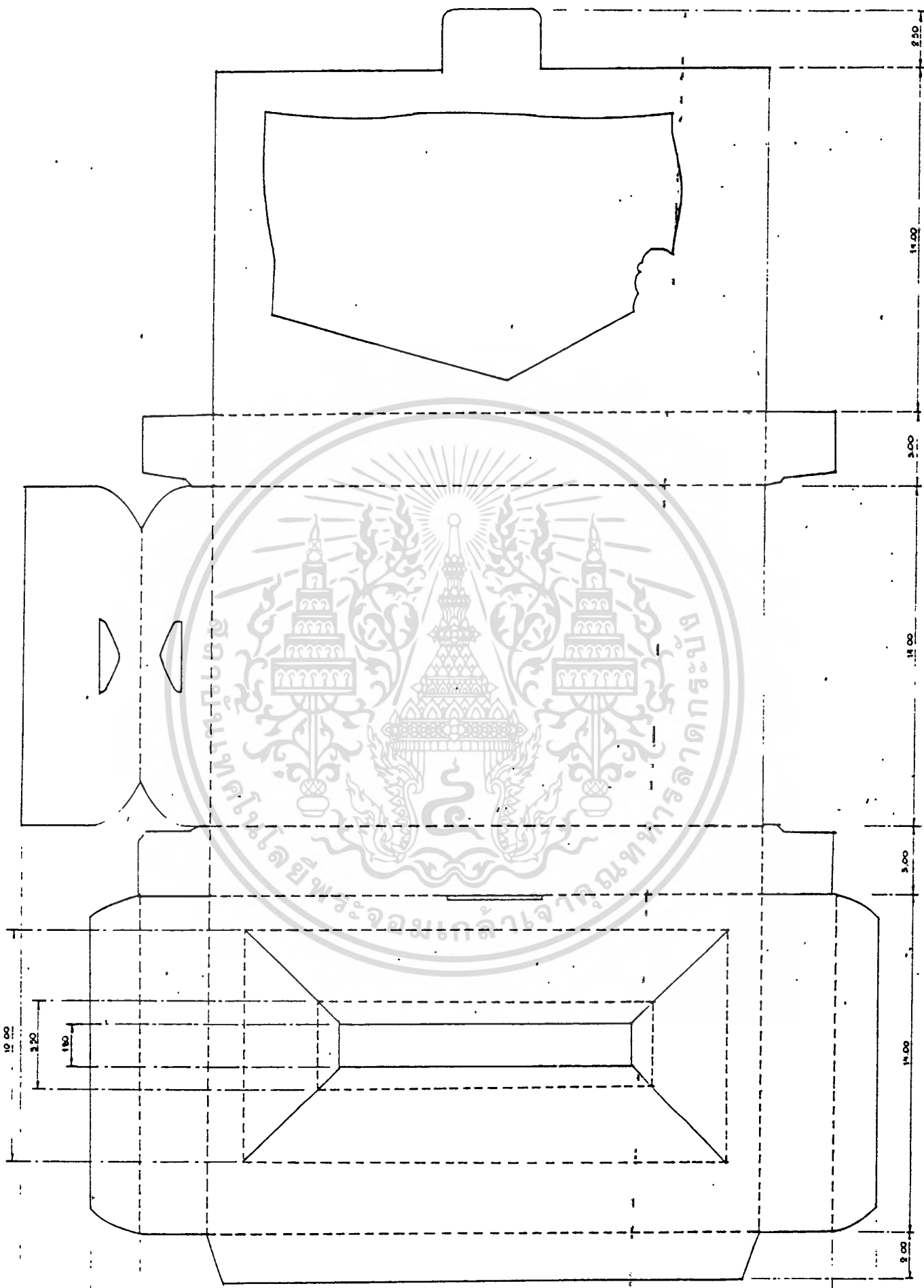


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

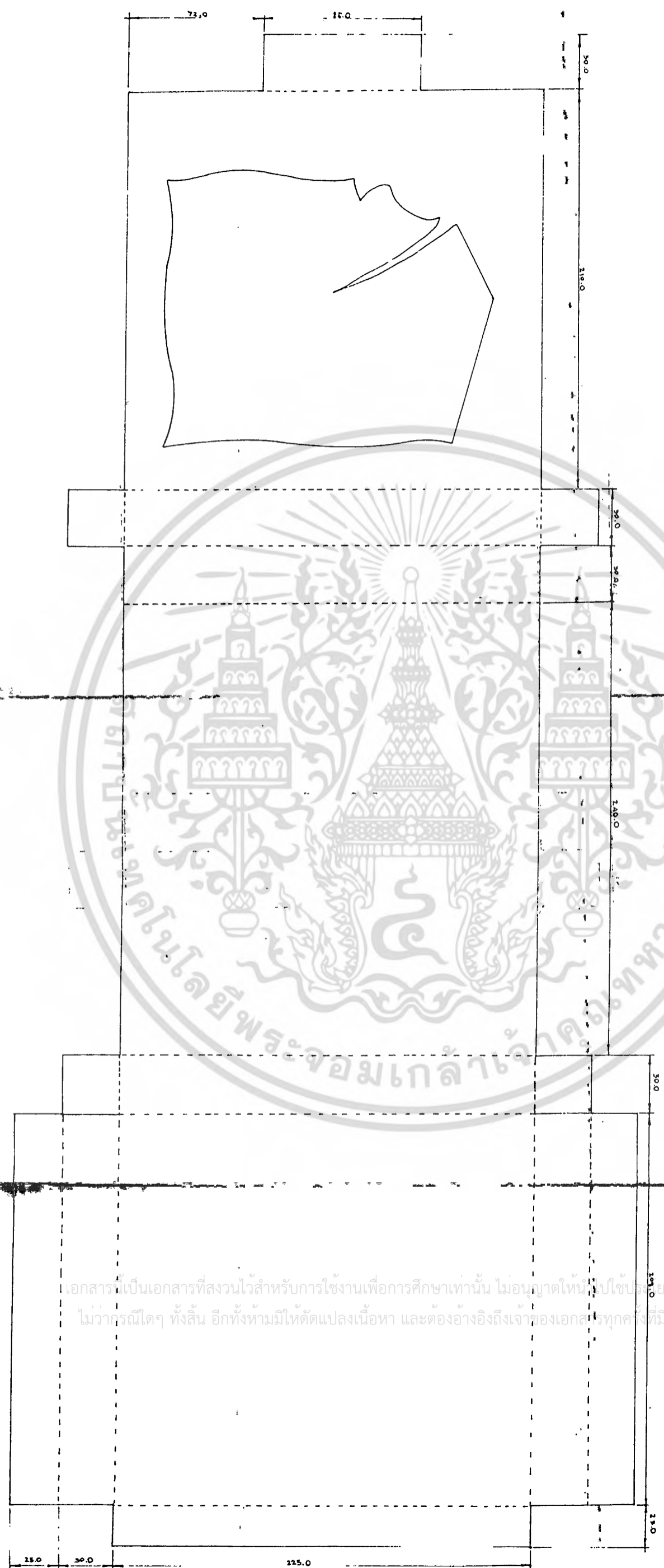
Postcard Generator ราชภัฏนครราชสีมา C 705



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เย็บกระดาษนี้ใช้เย็บกระดาษที่ใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต และต้องยกย่องสิ่งขายของเย็บกระดาษทุกครั้งที่มีการนำไปใช้
Die Cut กล่องกระดาษกันน้ำสำหรับกล่องคอมพิวเตอร์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บทที่ 5

บทสรุป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการออกแบบ

จากภาพรวมของผลงานในขั้นตอนสุดท้ายแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ELECTRA อย่างชัดเจนว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายภาพที่มีความทันสมัยสื่อถึงเทคโนโลยีมีเอกลักษณ์ทางกราฟิก และโครงสร้างที่สะอาดตา และง่ายต่อการจดจำมีความโดดเด่นเมื่อวางเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

- มีการแยกกลุ่มประเภท ชนิด ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ชัดเจน ง่ายต่อการแยกแยะ โดยคำนึงถึงลักษณะของผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่ม และภาพรวมที่มีความเป็น CORPORATE IDENTITY

- มีความเหมาะสมทางด้านวัสดุ ระบบการพิมพ์ และลักษณะรูปแบบโครงสร้างและเป็นไปได้ในการผลิตจริง

ข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ

- ตัว BRAND NAME มีขนาดเล็กและกลืนกับสีพื้นทำให้ขาดความสำคัญไป
- รูปแบบการ ILLUSTRATE ในกลุ่มกล่องคอมแพ็ค อาจไม่เข้ากับลักษณะกลุ่มเป้าหมาย
- บางครั้งการปิดกั้นความคิดบางด้านในการสร้างสรรค์งาน ทำให้งานไปไม่ถึงจุดดีที่สุดของมัน

บรรณานุกรม

- ศูนย์การบรรจุกีบห่อไทย, โอกาสทอง ของบรรจุกัณฑ์กระดาษแข็ง, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย, พ.ศ. 2539
- ศูนย์การบรรจุกีบห่อไทย, คู่มือการใช้พลาสติกเพื่อการหีบห่อ, สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แห่งประเทศไทย, พ.ศ. 2533
- SHUTTER PHOTOGRAPHY, คู่มือการถ่ายภาพฉบับสมบูรณ์, พ.ศ. 2537
- บริษัทไฟโตซิสเต็ม จำกัด, คู่มือผลิตภัณฑ์การถ่ายภาพ , พ.ศ. 2538



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติการศึกษา

ชื่อ นายสุทัศน์ อภิรัตน์แสงศรี

วุฒิมัธยมศึกษา

อนุบาล - ชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนอนุบาลศรีสะเกษ

ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 - มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนวิทยาลัย

มัธยมศึกษาปีที่ 4 โรงเรียนดรุณพิทยา

มัธยมศึกษาปีที่ 5-6 โรงเรียนศรีสะเกษวิทยาลัย

อุดมศึกษา

ภาควิชาศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้